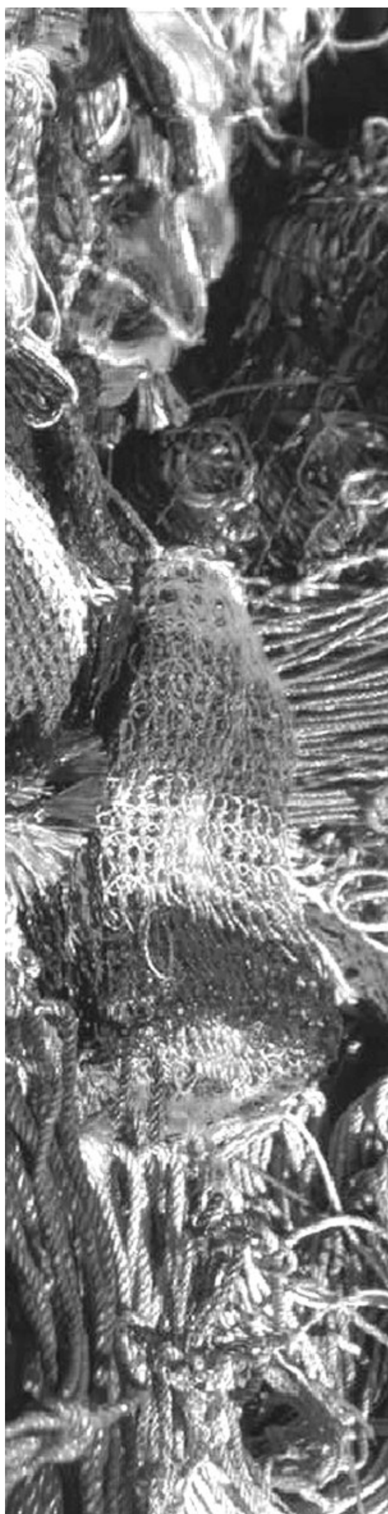
aler
en el mundo desde nuestro mundo

Radios comunitarias y populares del continente



LA VUELTA Y MEDIA

Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo

ÍNDICE GENERAL

REFLEXIONES ALREDEDOR DEL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO

Un tejido abierto

Cómo empezamos

Las preguntas del comienzo

Nuestra historia

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

EL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO Y LA PROPUESTA PEDAGÓGICA

Cómo está organizado el material

Bloque 1: La ruptura del paradigma: respuestas que preguntan

Bloque 2: Los módulos

Bloque 3: El epílogo

BLOQUE 1: *La ruptura del paradigma: respuestas que preguntan*

EL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO

¿Qué es el Proyecto Político Comunicativo?

Las primeras puntadas: Propósito

Desmadejando: El Proyecto Político Comunicativo es un camino en ciernes

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

EL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO ES UN PROCESO DE REFLEXIÓN MÓVIL

La radio como proyecto político comunicativo

¿Como reflexionar, actualizar y construir el PPC de nuestra radio?

PRODUCCIÓN DE SENTIDOS

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

¿Qué es sentido?

Estética

Incidencia

Sostenibilidad

ANUDAMOS LOS CONTENIDOS: LA SÍNTESIS

PROPUESTA PEDAGÓGICA DE ALER

Las primeras puntadas

Desmadejamos: ¿Quo Vadis Radios Populares de América Latina?

El Telar: Herramientas Para tejer el proceso de aprendizaje

Desmadejamos: Acerca de los problemas

El Telar: Herramientas para tejer el Proceso de Aprendizaje

Desmadejamos: Acerca de nuestra visión del mundo: Interpelable, transformable, deconstruible.

El Telar: Herramientas para tejer el proceso de aprendizaje

Cómo vemos el mundo?

Acerca de los Contextos

El telar: Herramientas para tejer el proceso de aprendizaje

Sujeto /a de Aprendizaje Comunidad hacedora, desde el diálogo y los procesos de Interaprendizaje

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

Qué es interaprendizaje?

El Telar: Herramientas para tejer el proceso de aprendizaje

¿Cómo hemos pensado al sujeto de aprendizaje?

Desmadejamos: Diálogo de saberes, de memorias y encuentros, de saberes subjetivos y abrazos colectivos.

El Telar: Herramientas para tejer el proceso de aprendizaje

¿Cuáles han sido las reflexiones sobre el diálogo de saberes?

Consecuencias Metodológicas: Construcciones plurales y permanentes

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

¿Qué es alteridad?

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

¿Qué es prospectiva?

¿Qué son comunidades de aprendizaje?

La comunidad de Aprendizaje: Una metodología innovadora

De la síntesis y el análisis a la práctica y al reconstrucción

El Telar: Herramientas para tejer el proceso de aprendizaje

¿Cuáles han sido las reflexiones sobre el tema metodológico?

Anudamos los contenidos

BLOQUE 2: Los módulos

La Radio en Movimiento

La construcción de los módulos

¿Por qué hablar de módulos?

Características del módulo

Aspectos metodológicos a tomar en cuenta

El enfoque pedagógico

Enfoque metodológico

Las primeras puntadas

6.1 MÓDULO "PRODUCCIÓN DE SENTIDOS"

Las primeras puntadas

Desmadejamos

Apuntes sobre el sentido: ¿Qué cosa es el sentido?

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

¿Cómo construye sentidos la radio?

Anudamos los contenidos

Recursos Didácticos

Matriz para trabajar producción de sentidos

Anexos

Anexo 1: Reflexión sobre tema Diversidad de género, intergeneracional, de sexo, de etnias.

Anexo 2: Selección de Documentos

Miradas sobre lo inacabado

Nuevos Retos

Jóvenes: Comunicación e identidad

6.2 MODULO "ESTETICA"

Las primeras puntadas

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

Estética

Desmadejamos

¿Estética y Cultura van de la mano?

¿Estética radiofónica?

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras

Lo ético

El estereotipo

Anudamos los contenidos

Matriz para trabajar lo estético

6.3 MODULO "INCIDENCIA"

Las primeras puntadas

Introducción

Desmadejamos: ¿Y qué es entonces la incidencia?

Los acuerdos o los conceptos entre tejedores y tejedoras:

Incidencia radiofónica

¿La radio por sí sola puede incidir?

¿Por qué preocuparnos por incidir?

Anudando contenidos

Matriz para trabajar la incidencia

Anexos

6.4 MÒDULO "SOSTENIBILIDAD"

Primeras Puntadas

Desmadejamos: La Sostenibilidad

Sostenibilidad Organizativa

Sostenibilidad Social

Sostenibilidad Económica

Anudando contenidos

Matriz Modular para trabajar la sostenibilidad

BLOQUE 3

¿Cómo pensamos en el futuro?

¿Cómo pensamos será esta comunidad de aprendizaje?

¿Cómo lo logramos?

ELFO. ¿Seguimos en movimiento?

BIBLIOGRAFÍA

UN TEJIDO ABIERTO

El material que tiene en sus manos es un producto en el medio de un camino que comenzó hace muchos años en ALER y que tomó nuevos bríos en los últimos cuatro años: el trabajo de formación.

Contiene un primer ordenamiento de muchas jornadas, talleres, reflexiones, debates, prácticas, aciertos, errores, esfuerzos, osadías y sueños de la Asociación, concentrados en la experiencia de cuarenta emisoras, centros y redes, todo el equipo latinoamericano de formación, la línea de formación de ALER, ejecutivos, directivas, en fin. Son muchos y muchas y difícil nombrarlos.

Sin embargo, hay algunos y algunas que estuvieron sostenidamente en el esfuerzo y aportaron desde su lugar, su saber, sus preguntas y su experiencia así que, un gracias especial a Angélica Rosas, Judith Gerbaldo, Alma Montoya, Lourdes Barrezueta, Edgar Dávila, Fernando López, Alexander Hernández y Oscar Cáceres, los famosos elfos y elfas que reabrieron la ruta de la formación y capacitación, tan histórica e importante en nuestra Asociación. Gracias también a Florencia Cremona, coordinadora de la línea de formación e investigación de ALER durante los últimos tres años, quien acompañó, alentó y aportó a este equipo y a las perspectivas de la formación. Gracias finalmente, a todas las radios, centros y redes que participaron en la primera experiencia élfica, porque fueron la genuina inspiración de todo este proceso.

Este material es inacabado, como inacabado es el PPC e inacabado todo conocimiento. Decidimos dar el paso de sistematizarlo en una primera versión y ponerlo a disposición de las redes y radios que están emprendiendo procesos de formación y capacitación. Está a disposición para que lo usen, lo apliquen y sobre todo, lo retroalimenten, lo enriquezcan, lo completen... por eso tiene hojas en blanco, porque ahí quisiéramos que quienes lo usen anoten sus aportes y sugerencias para mejorar el material ...

Los invitamos a enviarnos todos esos aportes, a asegurarse de que contamos con ellos para producir un material más definitivo que esperamos publicar en el lapso de un año ... hecho por más y más radialistas de América Latina y el Caribe.

Un abrazo

ALER-Secretaría Ejecutiva

CÓMO EMPEZAMOS

En el 2004 ALER tomó la decisión de reactivar y revitalizar su estrategia de formación e investigación. El objetivo principal era emprender una acción que permita la reflexión sistemática y pertinente a un contexto sociocultural cambiante. Es obvio decir, que los contextos son cambiantes y móviles como todo lo que está vivo. Sin embargo, no podíamos ignorar las limitaciones de muchas acciones emprendidas desde la comunicación y el desarrollo en América Latina que pusieron énfasis en discursos cargados de definiciones absolutas de lo popular, lo mediático, lo pobre y lo latinoamericano. Un discurso que contribuyó a fortalecer lo hegemónico a partir de un enfoque economicista que dividía y situaba dos bandos: lo bueno y lo malo, descartando las posibilidades intermedias.

Este modo de mirar a partir de la confrontación de lo hegemónico disminuyó la posibilidad de incorporar saberes que todas y todos tenemos por el solo hecho de ser y estar en el mundo. También contribuyó a la marginación de minorías históricas en América Latina que se alineaban tras la etiqueta de lo pobre: las mujeres, los niños, los jóvenes, los viejos, las opciones sexuales diferentes, las personas con capacidades físicas o mentales fuera de estándar. Esta perspectiva política situó al otro a partir de un membrete que lo hacía sistemáticamente diferente lejano e inalcanzable; para ellos había que desarrollar estrategias comunicativas y capacitaciones.

Es necesario retomar de manera sistemática y permanente la reflexión que ya tiene historia en la educación popular y en nuestro continente. Sería importante para las instituciones que nos preocupamos por la comunicación y por su aporte para la transformación social continuar haciéndonos algunas preguntas: ¿para qué modelo social y económico estamos formándonos?, ¿acaso miramos y medimos todo desde los parámetros de desarrollo que otros nos impusieron como naturales?, ¿qué es lo que nos diferencia o distancia de aquel al que vamos a capacitar?, ¿quién y quiénes nos interpelan hoy? ¿cómo reconocemos sus conocimientos y experiencias?, ¿cómo dialogamos con sus formas de pensar, de sentir y de actuar en su mundo?, ¿cómo construimos conocimiento y experiencia desde mundos e historias diferentes?, ¿de qué manera aprovechamos los caminos recorridos y a partir de este ejercicio de conocimiento, aceptar un cambio de época?

Las preguntas del comienzo

Estas preguntas que insinuamos en el párrafo anterior fueron nuestra inspiración permanente y se fueron convirtiendo en líneas de trabajo y ejes sobre los cuales intentamos reflexionar y diseñar una propuesta de formación.

Cotidianamente las personas nos preguntamos sobre el sentido de lo que hacemos e incluso justificamos con propósitos el motivo de nuestros actos. Esto sucede en lo individual y en lo colectivo. Nuestro acto educativo fue provocar y ayudar a sistematizar esa reflexión. El principal desafío no era alcanzar unas respuestas definitivas (nunca lo fue a lo largo de todo el

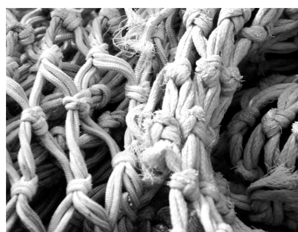
proceso), sino experimentar y vivenciar con las radios algunas posibilidades que ofrecieran diferentes caminos para construir diferentes respuestas siempre con el deseo de que fueran útiles e inspiradoras para nosotros y para los otros.

¿Cómo lo hicimos?, deconstruyendo los lugares comunes, preguntándonos por ejemplo sobre las agendas informativas que reproducen el prejuicio y el pánico sobre otros que sistemáticamente no forman parte del nosotros. Cuántas veces escuchamos hablar de campañas de comunicación de "violencia contra la mujer" sin embargo, en esa construcción de la oración seguimos siendo "las mujeres" sujetos de la violencia. No hablamos del problema que tiene la sociedad patriarcal que es sistemáticamente contraria de lo no masculino y adulto. ¿Hay en nuestro discurso radiofónico la posibilidad de ver lo político por fuera de las opciones de conducción partidaria para dimensionar así la importancia de nuestro papel ciudadano? ¿Somos capaces de reflexionar sobre el modo organizativo de nuestras radios y sobre quiénes toman las decisiones?, ¿se reproducen en esos espacios?, ¿las formas de exclusión social pero las justificamos porque supuestamente tienen un "buen propósito"?, ¿todavía pensamos que hay gente que no tiene voz?, ¿nosotros tenemos que ser los que damos la palabra?, ¿cual es nuestro beneficio en ese acto?

Con esas preguntas había que imaginar una estrategia de formación para arribar a preguntas nuevas y las respuestas propias a cada escenario, en cada situación y reconociendo el conocimiento y la experiencia de quienes transitaran este camino.

Nuestra historia

Todo relato selecciona y ordena para componer una filmación que es vista por el ojo de quién tiene la cámara. En este caso estamos filmando, pero no queremos hacerlo desde la pose que relata rostros sonrientes en ocasiones felices y culminantes. Queremos una filmación de los bordes, esta es una imagen de lo que queremos sugerir de esta experiencia que recién termina. Una etapa y que merece nuevas y mejores reflexiones tal vez en otros momentos, cuando se pueda filmar de nuevo en otros tiempos.



LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Deconstruir: *reinterpretar un texto, buscar nuevos significados, otros significados, más allá de lo dicho.*

Con todo, esta es parte de la sistematización de la experiencia de formación e investigación 2004 - 2007 del Equipo Latinoamericano de Formación de ALER, el ELFO y lo que se leerá abajo es el resultado de un documento colectivo que

fuimos armando los que fuimos este equipo que dialogó con más de 40 radios, redes y centros de comunicación que se atrevieron a trabajar estos nuevos desafíos. En ese trabajo conjunto se fue validando una propuesta metodológica, que por su propia naturaleza concebimos como inacabada, profunda y persistente.

El encuentro del Equipo Latinoamericano de Formación – ELFO- logra crecer como comunidad de aprendizaje porque se alimenta del intercambio de los participantes para incrementar el conocimiento del tema y de las habilidades necesarias que el equipo desarrolla en sus experiencias formativas. En su caminar, se indaga constantemente si la comunidad está bien y qué otros trayectos se podrían recorrer, siempre con una idea colectiva, explotando de esa manera al grupo y convirtiéndolo en un equipo que gestiona estratégicamente su caminar y estructura objetivos comunes, con los consensos y disensos que aquello implicó.

Mirar atrás para observar el trayecto que hemos recorrido, como comentan los ancianos chinos, nos permite revisar cada uno de nuestros pasos, nuestras huellas en el camino y también los obstáculos que vencimos o que no pudimos pasar, para simplemente seguir el viaje.

El sendero recorrido por el Equipo Latinoamericano de Formación (ELFO) constituye una aventura más de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), aventura que aportó distintas lecciones aprendidas y abrió caminos para andar y desandar en esta pasión que es la comunicación sonora a través de la radio.

El Proyecto Político Comunicativo y la Propuesta Pedagógica

Para iniciar una propuesta de formación para las radios y redes de ALER no se podía dejar de mirar la vigencia de la propuesta metodológica y pedagógica de la educación popular, con interpretaciones tan diversas y múltiples como la cantidad de personas que la han utilizado: muchas veces desmantelada de su objetivo político y otras con afirmaciones desafortunadas como dar voz a los que no tenían voz construyendo de este modo una interpelación a un otro siempre carente y que necesitaba direccionamiento.

Teníamos que formar un equipo para que vaya a las radios. Pero claro no solo a capacitar sino a formular procesos de construcción conjunta de conocimientos y prácticas que lograran actualizar los objetivos políticos y comunicativos de las emisoras, los centros de producción, las asociaciones y redes de radio.

El producto de estos tres años de trabajo del ELFO fue construir una propuesta educativa que desde una forma de entender la construcción del conocimiento y la práctica, desde una metodología, y desde una opción pedagógica, propone la reflexión sistemática de los contextos y propósitos de las radios populares y comunitarias, de los centros de producción, de las asociaciones y de las redes de radio del continente a partir de una reflexión

llamada Proyecto Político Comunicativo –PPC-. Así se trabajo desde Veracruz hasta Chiloé.

Este material que ahora tenemos es producto de las reflexiones que fueron surgiendo en el camino, del intercambio de saberes, conocimientos y experiencias, hasta lograr una comunidad de aprendizaje en reflexión permanente.

CÓMO ESTÁ ORGANIZADO EL MATERIAL

Este permanente caminar, pensar, sistematizar, procesar, aprender fue entrelazando hilos gruesos, hilos más delicados, hilos milenarios, hilos teñidos de múltiples colores, se fueron trenzando hasta dar con este tejido inicial. La gran cobija de reflexión sobre el proyecto político comunicativo, no ha terminado de tejerse, la propuesta es continuar con la tarea y recibir el aporte de tejedores y tejedoras, e ir armando nuevos y propios diseños, hilvanando con nuevos y propios hilos, tejiendo nuevos y propios tapices. Ese es el sentido de este material, una provocación para tejer.

Este material está compuesto por tres bloques:



Bloque 1:
La ruptura del paradigma:
respuestas que preguntan

En este bloque se abordarán las ideas iníciales del Proyecto Político Comunicativo y las reflexiones sobre una propuesta pedagógica que pueda ser provocadora de procesos profundos de formación.



Bloque 2:
Los módulos

En este bloque se presentan algunas ideas para reflexionar sobre cuatro temas vitales para pensar el PPC:

- Producción de sentidos
- Estética
- Incidencia
- Sostenibilidad económica social y organizativa

Hay además sugerencias de trabajo para tratar los temas en talleres y reuniones en las radios, redes y centros de producción.



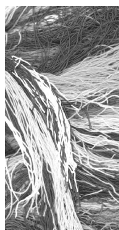
Bloque 3:
El epílogo

Lo que el proceso le dejo al equipo ELFO, la prospectiva de este proceso de formación.

En cada bloque la reflexión se organiza así:



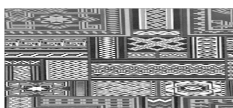
Las primeras puntadas:
En esta sección están los propósitos del tema que se aborda y una breve introducción.



Desmadejando:
En esta sección dejamos correr el hilo discursivo, son reflexiones temáticas y de contenido, el desarrollo de los temas.



El telar:
Son propuestas de actividades para ir entendiendo un contenido. Es decir, reflexiones propias y particulares a medida que avanzamos con el texto.



Nuestra colcha de retazos:
Es el trabajo colectivo, es cuando ponemos a funcionar nuestra comunidad de aprendizaje, cuando a través de una actividad construimos un nuevo conocimiento, una reflexión que responsa a nuestras preguntas y que nos genere nuevos desafíos.



Anudamos los contenidos:
Son las síntesis



BLOQUE 1

La ruptura del paradigma: respuestas que preguntan

EL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO

Introducción
¿Qué es el Proyecto Político Comunicativo?

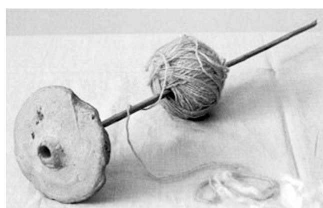
ALER hace comunicación y educación y en dicho campo es un actor que disputa el poder simbólico en el discurso del conocimiento y de la información: la disputa implica tener una propuesta política de comunicación.

ALER hace comunicación junto a aquellos y aquellas que están al margen de las oportunidades, de las mayorías empobrecidas, de las y los discriminados. También identifica como problema central de América Latina la desigualdad, no solo en la distribución de la riqueza generadora a su vez de muchas otras desigualdades, sino también las de género, etnia y generacionales, entre otras.

Con esta premisa, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica propone una reflexión destinada a mejorar, favorecer y propiciar prácticas políticas de comunicación que reconozcan el valor del otro y que contribuyan a la construcción de identidades, de redes sociales.

Con ese propósito les proponemos la reflexión alrededor del Proyecto Político Comunicativo.

LAS PRIMERAS PUNTADAS



Propósito:

- A través de la reflexión alrededor del Proyecto Político Comunicativo mejorar, favorecer y propiciar prácticas de actualización de nuestras radios centros de producción, asociaciones y redes que nos permitan procesos de empoderamiento, construcción y deconstrucción de las miradas de mundo para la elaboración de nuevas narrativas en los nuevos y cambiantes escenarios.

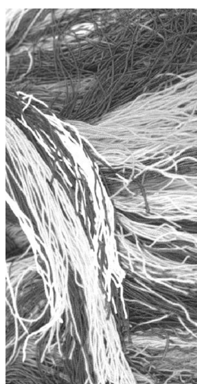
Los temas que se abordan son:

- El Proyecto Político Comunicativo es un camino en ciernes
- El Proyecto Político Comunicativo es un proceso de reflexión móvil
- La radio, los centros de producción, las asociaciones y las redes como proyectos políticos comunicativos
- ¿Cómo reflexionar, actualizar y construir el PPC en estas diversas prácticas?

- Cuatro pilares eje de reflexión:
    - Producción de sentidos

- Estética
- Incidencia
- Sostenibilidad económica, social y organizativa

DESMADEJANDO



El Proyecto Político Comunicativo es un camino en ciernes

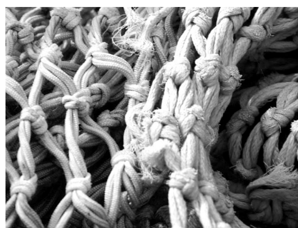
El Proyecto Político Comunicativo es una forma de hacer comunicación a través de la construcción de sentido.

La comunicación como campo teórico y como espacio político de relacionamiento humano se modifica permanentemente; obligándonos a repensar sus áreas de incumbencia y que es lo que desde la comunicación podemos proponer para actualizar nuestras prácticas para que se acerquen cada vez más a aquello que queremos.

El lugar desde el cual conocemos y nos expresamos, nuestro lugar epistemológico, el lugar desde donde enunciamos y enmarcamos nuestros proyectos políticos, es el lugar de las personas que están al margen de las oportunidades, de las mayorías empobrecidas, de las y los discriminados. Identificamos como problema central de América Latina a la desigualdad no solo en la distribución de la riqueza generadora a su vez de muchas otras desigualdades, sino también las de género, etnia y generacionales.

Desde este lugar planteamos al proyecto político comunicativo como estrategia de actualización de nuestras radios y redes que nos permitan procesos de empoderamiento.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS



***Empoderamiento**: que las personas se asuman como sujetos autónomos y libres y no como objetos.*

***Epistemología**: es el estudio de la producción y validación del conocimiento. Se ocupa de problemas tales como las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a su obtención, y los criterios por los cuales se lo justifica o invalida.*

ALER hace comunicación y educación. No pretende mirarlo todo desde la comunicación ni darle respuesta a todo desde la comunicación.

Qué disputamos: Sin embargo, nos reconocemos como actores que disputamos el poder simbólico y político del discurso, el poder del conocimiento, el poder de la información.

Qué queremos: Queremos que las personas puedan hacerse preguntas novedosas, preguntas que propicien la búsqueda de respuestas para su desarrollo. Nuestro aporte radica en como proponer desde nuestra área la comunicación y la educación, prácticas que reconozcan el valor del otro y que contribuyan a la visibilización de identidades y a la construcción de redes sociales. Queremos hacer una comunicación que promueva la reflexión permanente, que permita acercarnos cada vez más a nuevos y mejores caminos para construir con el apoyo de la comunicación la vida que queremos desde la metodología de la pregunta. **Esa metodología de la pregunta podríamos decir que es uno de los ejes centrales de la propuesta del PPC.**

La comunicación es una práctica permanente que se hace a través de distintos medios: la radio es uno de ellos. No es lo mismo hacer radio que escribir o comunicarse por Internet o hacer cine. Toda tecnología implica modos de construcción de relaciones distintos.

Mas allá de cual sea el medio desde el cual se hace comunicación, nos alejamos de concebir a la comunicación como un instrumento para difundir ideas. **Sino que la entendemos como producción de conocimientos**. El modo mismo en el que producimos conocimiento se imprime en aquellos productos que hacemos. De ahí que el modo en el que hacemos radio, se imprime en los productos radiofónicos que ofrecemos a nuestra comunidad. La forma que significa.

El Proyecto Político Comunicativo es un proceso de reflexión móvil

Es un proceso en una serie de acciones que no tienen fin, que nunca se agota porque está vivo. Es una propuesta de reflexión y acción metodológica y pedagógica, un proceso permanente para desde la reflexión, construir nuevos conocimientos y diseñar y aplicar nuevas prácticas. Este trabajo nos da la posibilidad, actualizar el sentidos de lo que hacemos, encontrar caminos más acordes con la época que estamos viviendo.

Decimos que es móvil porque los motivos de reflexión que hoy nos preocupan no serán los mismos mañana. Porque el contexto de nuestra radio se actualiza Aunque los problemas sean los mismos siempre hay distintos modos de pensarlos y resolverlos.

Como el PPC no es un documento que indique como hacer las cosas, sino que es una manera de reflexionar, no pretendemos decirle a cada radio cómo caminar, ni dónde debe llegar con su propuesta Cada radio se piense a sí misma y a su proyecto.

Digamos que repensar el proyecto político comunicativo de una radio es un acto de provocación a nuestras propias ideas, es un desafío al modo que

tenemos de ordenar nuestro modo de entender y justificar lo que pasa. Es un desafío para tomar decisiones y ubicarnos desde la comunicación para transformar.

La radio como proyecto político comunicativo

La radio incide en el mundo de relaciones cotidianas, a través de su capacidad de ofrecer versiones e interpretaciones del acontecer diario. Aporta información para los procesos cotidianos de decisión individual y social de las personas y las comunidades, definiendo en muchos casos los insumos desde los cuales se construye conocimiento y se definan prácticas y formas de actuar en sociedad.

La radio es entonces, como otros medios de comunicación, un actor comunicativo y político, que alimenta a su vez los procesos de conocimiento y las practicas diarias de decisión cotidiana.

El Proyecto Político Comunicativo facilita ó permite ó contribuye para:

- Pensar y realizar la comunicación desde una *construcción de sentidos*, eso implica favorecer el diálogo para la circulación de múltiples y plurales "pensares, decires y sentires", superando así un discurso universal.
- Desarrollar una *estética* desde lo local y lo global, como una forma de expresión que enlace lo ajeno y lo propio, lo distinto y lo distante.
- Poder *incidir* en los mundos simbólicos de las personas para rearmar un mundo de ideas y nuevos sentidos.

¿Como reflexionar, actualizar y construir el PPC de nuestra radio?

Para que cada radio se piense a sí misma y a su proyecto proponemos cuatro ejes de reflexión, cuatro pilares de reflexión radiofónica:

- Producción de sentidos
- Estética
- Incidencia
- Sostenibilidad económica social y organizativa

La reflexión sobre estos cuatro ejes nos permitirá tener una mirada distinta sobre nuestras prácticas radiofónicas cotidianas, que reafirme aquellas prácticas que efectivamente queremos hacer y que provoque cambios en aquellas que no nos ayudan a hacer lo que queremos, es decir que tomemos conciencia de nuestro trabajo, de lo que somos y de porque somos cómo somos.

De todas maneras entrar a reflexionar estos ejes, posiblemente nos lleven a buscar, según las características de cada radio o red, otro ejes que necesitemos trabajar

Producción de Sentidos

Creemos que comunicar a través de la radio es construir, junto con nuestras audiencias, las bases de pensamientos y acciones que potencien nuestras capacidades, que contribuyan a conseguir los objetivos colectivos de nuestras comunidades. La propuesta del PPC respecto de producción de sentidos se propone definir nuestro proyecto comunicativo de forma abierta. ¿Cómo hacerlos? Reflexionando sobre las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la misión y la visión de nuestra radio?
- ¿Para quiénes producimos radio?
- ¿Qué esperamos generar? es decir, ¿qué cambios queremos provocar?
- ¿Cuáles son los objetivos colectivos de la comunidad en la que trabajamos?

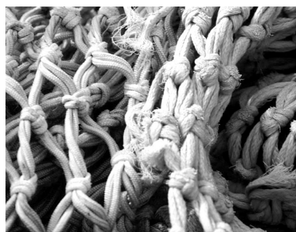
Responder estas preguntas es un proceso que implica:

- Saber que no tenemos las respuestas para todo.
- Aceptar que estas respuestas las construimos con nuestra audiencia, con los actores de la comunidad, con las instituciones sociales, es decir los modos con los que podemos cumplir tanto nuestra misión, como los objetivos de nuestra comunidad, los construimos con ella.
- Lograr que nuestra producción sea útil para que se planteen múltiples inquietudes, preocupaciones y propuestas comunitarias, y dialogarlas con muchos actores que aporten a su comprensión.
- Incluir en las respuestas todo aquello que es importante en nuestro proyecto y en la vida cotidiana de la gente: sus formas de divertirse, la música, la cultura, la historia y las tradiciones de nuestros pueblos, los contextos políticos y económicos, la necesidades, las propuestas educativas y ambientas, los derechos humanos, la formación, etc.).

Producir sentidos es abrir nuestras radios a muchas voces, las de nuestra gente, las oficiales, las de investigadores, y todos aquellos que aporten a comprender lo que ocurre en las comunidades.

Pero los sentidos cambian, lo que hoy nos motiva a hacer una cosa, cuando lo contraponemos con otros aprendizajes ideas y sentimientos, puede motivarnos para otra distinta. Producir sentidos, así, es apelar a la respuesta de las audiencias, es un arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo, y para construir nuevas. En últimas es como atizar el fuego para promover la acción colectiva, que no es otra cosa que movilizar ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS
ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS



¿Qué es sentido?

Un conjunto de representaciones sociales, ideas y sentimientos que se conjugan en un momento para configurar un motivo, una razón para hacer algo, y también - sobretodo - una forma de ver el mundo.

Pero ojo, no se trata solo de construir consensos. Podemos estar en desacuerdo, es mas, la posibilidad de comunicarnos se basa en nuestra diferencia y no en pensar que todos somos homogéneos. Producir sentidos es también producir / construir espacios para dialogar, donde la diferencia y el desacuerdo puedan ser semillas para otras construcciones, por eso hablamos de sentidos, de muchos, en plural, y no de sentido en particular.

Producir sentidos es brindar la mayor cantidad, y de mejor calidad, de información y herramientas para que nuestras comunidades aprovechen sus potenciales, resuelvan sus necesidades y construyan propuestas en sus comunidades, en sus regiones, propuestas para el país y para el mundo. Debemos ser actores importantes en el desarrollo, pero en especial en la construcción, junto con las comunidades, de una idea de bienestar que sea propia, sin imposiciones, y que tenga en cuenta la vida cotidiana de la gente y no solo los indicadores institucionalizados del bienestar.

La propuesta de producción de sentidos permite una visión de la comunicación que plantea como objetivo la creación de espacios desde donde sean posibles múltiples modos de decir, de expresar, de múltiples formas, con actores que no se definen sólo por posiciones de poder, sino por su capacidad inherente de decir. Así, cualquier producto que se involucre con la democratización de la comunicación, con la puesta en escena de discursos que son excluidos por ejercicios de poder diversos, se relaciona con esta dimensión. La pluralidad de perspectivas, el empoderamiento y la promoción de capacidades comunicativas y de discursos alternativos, son indicadores de avance en esta dimensión.

Producir sentidos es, finalmente, trabajar con nuestras comunidades para ayudar a aclarar el panorama de lo que es vivir bien, y hacerlo de una forma participativa, donde intervenga la radio, la gente, las autoridades, y todos los que tengan información relevante.

Estética

Esta parece una palabra extraña, pero no lo es tanto. Cuando hablamos de producir sentidos nos referimos a los contenidos, a las preguntas y a las metas que deberían guiar nuestra producción. Bueno, pues como hacemos radio, sabemos que lo importante no es solo lo que se dice, sino cómo se lo dice.

Una idea, por mejor pensada que pueda estar, por más actores que hayan participado en concebirla, necesita de algo más para conseguir su objetivo. Necesita oírse bien, ser dicha con unas palabras adecuadas, que hagan el trabajo de animar al que la escucha para que la tome en cuenta. Y no siempre eso se consigue con una voz muy bonita, ni con tener el mejor equipo de amplificación. A veces solo se requiere una elección adecuada de palabras.

Así funciona también la radio. Como en un plato de comida, no necesitamos los ingredientes más costosos, para hacerlo ver bien. El color de los frutos de nuestra tierra, el aroma de nuestras especias, y una presentación cuidada, pueden convertir en gourmet cualquiera de las comidas que consumimos en nuestras casas diariamente.

Pensar la estética de nuestra producción, como el plato del que hablamos, no es definir que hace bonita a nuestra producción. Porque lo que es bonito para unos, no lo es para otros.

Pensar la estética es encontrar la forma mas adecuada de proponer nuestras ideas para que nuestra audiencia las tome en cuenta. Por ejemplo, una campaña para promover el cuidado de una cuenca de agua debería llevarnos a imaginar que estamos en esa cuenca, sintiendo su frescura, oyendo cómo fluye el agua, impactándonos con escenarios de cómo seria nuestra vida si esa cuenca desaparece o se contamina.

Pensar la estética es hacer que toda nuestra producción, en su conjunto, exprese una identidad. Así, si en nuestra comunidad el trabajo de la tierra es muy importante en la vida cotidiana, nuestra producción puede ir acorde con el ciclo de la cosecha, donde el noticiero de la mañana es una semilla, que se alimenta de otras producciones, como programas de opinión que son como el abono, y que es cuidada con alegría, con la música, con la cultura, para que crezcan comunidades mas unidas.

Por eso la estética atraviesa todo en nuestra radio, desde cómo hablamos, hasta la música que ponemos, hasta la forma en la que hacemos que nuestra gente participe. Y por eso mismo pensar la estética no es tener los mayores recursos de producción, ni repetir los formatos comerciales. Es encontrar la forma en la que nos podemos identificar con nuestras comunidades y hacerlas pensar en otras formas de ver sus vidas.

La propuesta estética tiene que ver con una afirmación fundamental: la forma significa. Esta afirmación tiene por objetivo resaltar el hecho de que si nuestra apuesta es la multiplicidad de posibilidades de enunciación o de inscripción en el mundo, esta también debe ubicarse en los lugares desde los cuales eso es posible. Así, pretendemos sustentar una visión de la comunicación en la que la forma, los modos de decir de la radio, produzcan ellos mismos sentidos, acordes con la propuesta política y la visión de incidencia.

Incidencia

Como hemos visto hasta ahora, todo está conectado, y aquí vamos a ver para qué. Nuestra radio está en un lugar especial: nuestra misión se complementa con una visión. Así es, tenemos unos objetivos, y nos imaginamos cómo podría ser el mundo si los consiguiéramos. Lograr cambios, pequeños o grandes, profundos o superficiales, en la situación de nuestras comunidades, y cambios que aporten para construir ese mundo que nos imaginamos, eso es incidir.

Por eso, nuestra visión de incidencia es también colectiva. La radio, por si sola, no cambia la realidad. La radio, con su gente, cambian, se conocen mas, construyen proyectos, resuelven problemas, y entonces si cambian las cosas.

Es así que la radio es un actor social. Somos un grupo de personas que hacemos algo, y que entramos en diálogo con nuestras comunidad, con las autoridades, con otros actores, y procuramos proponer un punto de vista, criticamos (es decir, analizamos, describimos las carencias y los aciertos) programas sociales, procesos comunitarios, etc., y hacemos también propuestas colectivas.

Por eso, construir estrategias que contribuyan a posicionarnos como actores sociales, y trabajar con nuestras comunidades para realizar críticas y propuestas colectivas, abrir espacios para que dialoguen las comunidades y las autoridades en pro de el “buen vivir” de nuestra gente, hacer denuncias sobre la violación de los derechos y libertades de las personas, y aplaudir y dar seguimiento a actitudes y prácticas que aporten a la comunidad, todo ello es incidir.

Pero incidir no es una cuestión suelta, autónoma. Incidir es la conjunción de nuestra misión con nuestra visión. Cuando todo esto que enumeramos antes, aporta de alguna forma a lograr esos cambios que nos propusimos como radio y como comunidad, nuestra radio incide entonces, pero como un proyecto comunicativo.

Se entiende a la incidencia el proceso de relacionamiento en el que se involucra la producción de sentidos, con los modos de interpretación que provoca siempre dentro de una mirada de comunicación determinada y respondiendo a una mirada de ver el mundo. Incidimos en la medida que nuestro discurso radiofónico es coherente con el discurso político y comunicacional que nos representa.

Sostenibilidad

Ser un proyecto político comunicativo, requiere ser sostenible. ¿Qué es ser sostenible? Bueno, es evidente que por un lado se trata de contar con recursos suficientes para que estos esfuerzos se traduzcan en resultados. Hay que mantener a la radio, los equipos, el personal.

Pero no solo se requieren recursos económicos. Esos recursos pueden gastarse bien o mal. Es entonces donde entra lo organizativo. Hay que organizar

nuestro trabajo, poner a las personas a hacer lo que mejor saben hacer, destinar adecuadamente el dinero, usar eficazmente los recursos tecnológicos, y sobretodo lograr que toda nuestra gente de la radio se identifique con el proyecto, que lo conozcan, que participen de su construcción, que aporten y critiquen, y que quieran mucho lo que se construya.

Y finalmente, nuestro proyecto debe proyectarse. Debemos conseguir que la comunidad se identifique con lo que hacemos. Que sepan cuál es nuestra misión y visión, que sean participes y que así mismo se sientan. Nuestro proyecto debe ser un referente, es decir, que cuando alguien quiera dar a conocer una idea sepa que puede venir a nuestra radio.

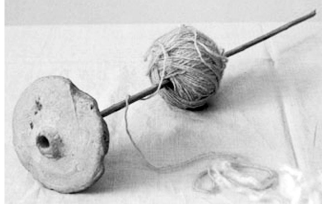
ANUDAMOS LOS CONTENIDOS
LA SÍNTESIS



El Proyecto Político Comunicativo no es una receta, no es un documento escrito en un papel que guía nuestro camino. El proyecto político es móvil cambiante y se construye de manera colectiva con nuestras audiencias. Implica reflexionar, plantearnos múltiples inquietudes, cuestionarnos, cambiar nuestras prácticas, afirmar aquello que venimos haciendo bien. Significa pensar en la producción de sentidos, en la estética, en la incidencia y la sosteniblidad. Significa también pensar en otros ejes, en otros temas rondan nuestras prácticas, que nos inquietan. El PPC no es un objetivo sino una estrategia, una metodología dinámica que tiene por objetivo propiciar una comunicación diferente. Y su dinamismo nos obliga a estar atentos al entorno, a los cambios, a los modos de decir y pensar el mundo. Uno de sus propósitos es la búsqueda de sentidos y desde ellos promover nuevas narrativas para el ejercicio comunicativo cotidiano.

PROPUESTA PEDAGÓGICA DE ALER

LAS PRIMERAS PUNTADAS



Propósitos:

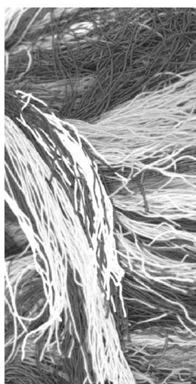
Promover:

- La revisión diagnóstica de las propias prácticas y a partir de esta una reconstrucción del sentido del PPC
- Una comprensión del PPC como un proceso de reflexión y elaboración constante
- Una búsqueda de coherencia permanente con los contextos
- La construcción de la comunidad de aprendizaje

Los principales contenidos:

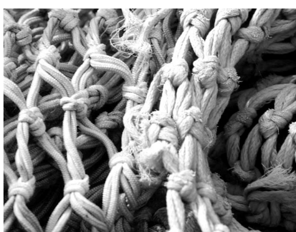
- Acerca de las preguntas iniciales
  - ¿Quo Vadis Radio Populares de América Latina?
- Acerca de los problemas
- Acerca de nuestra visión del mundo
- Acerca de los contextos
- Sujeto de aprendizaje
- Diálogo de saberes
- Consecuencias metodológicas de la propuesta
  - La comunidad de aprendizaje: una metodología innovadora

DESMADEJAMOS



¿Quo Vadis Radios Populares de América Latina?

¿Cómo logramos una constante construcción y actualización del Proyecto Político Comunicativo en las radios / redes / y centros de producción? ¿Qué pasos podremos dar? ¿Qué miradas debemos tener? ¿Cuál es la escucha que debemos desarrollar? ¿Es posible construir nuevas formas de hacer radio? ¿Nuevas formas de entender a la comunicación? ¿Cómo generar más conocimiento colectivo para que las y los sujetos puedan tener más opciones y hacerse más preguntas? ¿Qué recoge nuestra práctica que nos impulse hacia la sociedad para incidir con otras miradas? ¿Qué posibilidades de cambio social o de emergencia de nuevos discursos tenemos?



LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Quo Vadis: En latín significa ¿a dónde vas?

Estas preguntas iniciales reflejan las preocupaciones centrales que dieron origen y sentido a esta propuesta pedagógica. Investigaciones previas realizadas por la asociación, en particular la presentada en la Publicación "Vigencia e Incidencia de las Radios Populares", reflejaban que pese a encontrar experiencias llenas de vida, dinamismo y una vital conexión con el entorno, buena parte de las radios /centros y redes de comunicación habían perdido el norte, carentes de incidencia, muchas se habían dedicado a mantenerse en el aire a "como se pueda" con cierto tono obsecuente hacia los vaivenes políticos y económicos de esta parte del mundo, con poca claridad en sus objetivos, cierto letargo en sus modos de producción y escaso relacionamiento con las audiencias.

Otras preocupaciones[1] también giraban en torno a que el Proyecto Político Comunicativo –PPC- sea asociado con un documento que descansa en el cajón de algún escritorio. El reto era posicionar al PPC como una estrategia móvil, cambiante, flexible que atraviesa la programación de radios, centros y redes de comunicación, sus modos de organización interna y externa, su sostenibilidad social y económica.

Nos pareció que el camino necesariamente debía recorrerse promoviendo:

- Una sincera revisión diagnóstica de las propias prácticas.
- Una recuperación, una nueva mirada y si es necesario una reconstrucción del sentido del PPC de cada radio, centro y red.
- Una comprensión del PPC como un proceso de reflexión y elaboración constante. Situaciones nuevas o imprevistas, nuevos peligros o nuevos desafíos, exigen su revisión y reelaboración. Una certeza que nos animó: hay que promover una constante construcción y actualización del PPC en las radios, redes y centros de producción. Parte de la tarea fue construir el camino, aunque como se sabe el camino se hace andando, nadie lo hace por nosotros.
- Una búsqueda de coherencia permanente con los contextos. Mirando atentamente el mundo en el que vivimos, con los cambios generados en el contexto. Teniendo como opción preferencial – lo que se constituye en característica de nuestra asociación- a los sectores sociales más vulnerables: pobres, excluidos, jóvenes, niñas y niños, mujeres, migrantes. Siempre con una perspectiva de cambio social.
- La construcción de la comunidad de aprendizaje en tanto posibilidad de crecimiento para el equipo, donde los saberes se comparten y se

[1] Fragmento extraído de "Antecedentes inmediatos de ALER en el área de formación" Documento interno ALER. Agosto 2006, socializado desde el Área de Formación.

complementan. Y una permanente replicabilidad de esta comunidad en tantas otras comunidades de aprendizaje, como equipos de las radios, centros y redes de comunicación hubiere.

La intencionalidad, incidir con esta propuesta en el desarrollo de América Latina.

El camino recorrido nos dejó un aporte valioso: las relaciones inevitables entre las opciones y sentidos personales y las opciones y caminos colectivos. La reflexión sobre por qué se está en lo que se está y como se conectan las acciones, pensamientos y sentimientos personales, con el proyecto de la radio y de su propuesta de comunicación y acción. Es algo que sin ser un planteamiento nuevo, es una mirada que reivindica las dimensiones del mundo privado y sus conexiones con el mundo de lo público.

La asamblea de ALER del año 2004 acercó algunas percepciones acerca de la mirada de mundo de nuestras asociadas. Uno de los ejes de reflexión fue el cambio de época y la necesidad de revisar los horizontes propios para adecuar los proyectos políticos comunicativos a los nuevos tiempos. Contextos distintos de aquellos que le dieron origen a muchas de las experiencias.

Las herramientas propuestas en este telar me parecen muchas y creo que están más relacionadas con la parte del PPC que con la propuesta pedagógica. Creo que las preguntas iniciales que se proponen son suficientes. Yo reduciría las preguntas y las colocaría en al final del capitulo del PPC.

EL TELAR:
HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



Algunas preguntas que pueden ayudarnos a reflexionar sobre la Propuesta pedagógica en nuestros espacios

- *¿Cómo logramos una constante construcción y actualización del PPC?*
- *¿Cómo poder estar en cuestionamiento y reelaboración permanente del PPC?*
- *¿Cómo pueden ser los proyectos políticos consecuentes con la mirada de mundo?*
- *¿Qué sentido tiene mí que hacer radiofónico?*

Si estamos participando de un cambio de época:

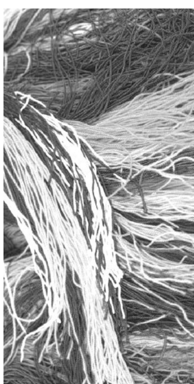
- *¿Cuáles son las comunicaciones que andan por nuestras prácticas?*
- *¿Cuáles son las comunicaciones que prevalecen?*

En cuanto al que hacer radiofónico

- *¿A qué modelos de comunicación responde?*

- *¿Es posible construir nuevas formas, "nuevas comunicaciones"?*
- *¿Qué recoge nuestra práctica que nos impulse a la sociedad para incidir y transformarla?*
- *¿Cuál es el sentido de la radio popular?*
- *¿Dónde quedó la vigencia y la incidencia?*
- *¿Cuáles son los aspectos identitarios comunes en el movimiento de las radios del continente?*

DESMADEJAMOS



Acerca de los problemas

"Cuando teníamos las respuestas,
nos cambiaron las preguntas"
Indígenas aymara, Región Andina

El problema que visualizamos, quizá puede expresarse en esta primera instancia como una necesidad, aquella necesidad referida a mirar, mirarse, mirarnos.

Las investigaciones previas y los diagnósticos participativos que fuimos construyendo en la tarea como formadores de ALER, reflejaron enormes logros en experiencias y proyectos de comunicación invalorables y altamente inspiradores. Sin embargo, también pudimos reconocer otras experiencias caracterizadas por cierta incapacidad de diálogo y respeto por las diferencias, en particular frente a los cambios acelerados de la cultura.

Los rasgos del problema:

- Quietud, o lo que es peor, retrocesos, frente a cambios permanentes y veloces.
- Democracias que no responden a necesidades de la gente (democraduras las describe Eduardo Galeano).
- Modelos político – económicos excluyentes.
- Presión del mercado e impacto del neoliberalismo y la globalización en sus más degradadas formas de mercantilización, en los modos de construcción de las radios populares del continente.
- Medios de comunicación que sirven de soporte al sistema.
- Medios de ALER en crisis, radios pertenecientes a comunidades religiosas que entregaron el proyecto original a otro que procure su sostenibilidad.
- Emergencia de nuevos actores, escasa capacidad de lectura de los cambios producidos en contextos y escenarios.
- Brecha digital.
- Vacío pedagógico y ausencia de estrategia de comunicación.
- Radios preocupadas por perfeccionar el uso de las nuevas tecnologías, pero encerradas en cuatro paredes, alejadas del escenario social y cultural, no

reconocimiento de los debates más actuales en relación a la incidencia (pensada como la posibilidad de influir en la política pública y no inserta en el territorio de la cultura).
- Falta de pertinencia de las prácticas radiofónicas con un contexto cambiante, lo que implica una débil correspondencia de las propuestas con los nuevos escenarios y actorías que plantean necesidades, y problemáticas, en particular desde aquellas que promueven la humanización, la solidaridad.

El problema, expresado de manera sintética, parecía ser: **Quedarse entrampados en la coyuntura**, con dificultades para detenerse a pensar, evaluar, desafiar lo aparentemente naturalizado, mediante el recorrido de otros caminos.

Todo lo cual reflejaba la necesidad de relecturas del Proyecto Político Comunicativo en una realidad cambiante y la necesidad de una relectura de los contextos y los escenarios.

Frente a estos desafíos concebimos la tarea de revisión del PPC como un proceso de reflexión móvil, que de ninguna manera puede permanecer estático, que necesariamente debe ir actualizándose conforme se producen cambios en el entorno.

La tarea, sentimos, debía pasar por la actualización de las radios al cambio de paradigma. El camino: La revisión constante del Proyecto Político Comunicativo –PPC. No como algo acabado o una receta a seguir paso a paso, sino como una construcción colectiva desde los propios equipos de las radios/ centros y redes de comunicación, en diálogo permanente con sus interlocutores / as.

EL TELAR: HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE

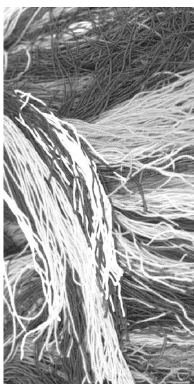


¿Cómo se refleja la problemática descrita a continuación en nuestras prácticas?

Impacto del neoliberalismo y la globalización en los modos de construcción de las radios populares del continente. Presión del mercado. Tensión existencial entre ser un medio con línea y sobrevivir en la línea de los medios. La borrachera de la información como muestra de las incidencias. Radios preocupadas por perfeccionar el uso de las nuevas tecnologías, pero encerradas en cuatro paredes, alejadas del escenario social. Modos anquilosados de hacer radio y falta de adecuación a los nuevos contextos. Falta de reflexión y del vacío pedagógico de estrategia de comunicación. Cuando se tenían las respuestas, fueron cambiadas las preguntas. La

revisión constante del PPC en las radios. El mirar, el mirarse y el mirarnos. Incapacidad de diálogo y respeto por las diferencias, cambios acelerados de la cultura, necesidad de relecturas del proyecto en una realidad cambiante. Cómo poder encontrar coherencia entre el que hacer radiofónico y el compromiso que se ha adquirido, el corresponder con los nuevos escenarios que plantean necesidades, actores, problemáticas, que se dirigen hacia la humanización, la solidaridad. Cambios permanentes y muy rápidos, democracias que no responden a necesidades de la gente, modelos políticos económicos excluyentes, medios de comunicación que sirven de soporte al sistema, medios de ALER en crisis, emergencia de nuevos actores.

DESMADEJAMOS



Acerca de nuestra visión del mundo: interpelable, transformable, deconstruible

"Pronunciar la palabra, es pronunciar el mundo,
Lo que significa transformarlo"
Paulo Freire

Desde nuestra visión de Mundo, lo vemos como un espacio en constante transformación, donde se dan un sin fin de escenarios de actuación. De allí que percibamos sus contrastes radicales. Porque coexisten varias lógicas, frente a la tendencia dominante individual y descomprometida de inequidades y vulnerabilidades, aparecen propuestas alternativas que ponen en movimiento acciones en red, surgimiento de nuevas visiones y nuevas concepciones sobre el estar en el mundo y ser persona dentro de él. Lo cual pasa por promover instancias de recreación de la propia ciudadanía, realizando aportes para construcciones participativas desde nuevas identidades, locales o colectivas, revalorizadas.

A diario encontramos cambios y transformaciones logrados por la fuerza propositiva, proactiva y transformadora de hombres, mujeres, niñas, niños y jóvenes, dispuestos a interpelar, a deconstruir y desaprender las viejas formas de ser hombre o mujer en esta vida. Muchos de estos recorridos, naciendo con fuerza desde espacios locales, otros, con apuestas más estructurales y globales. Experiencias todas que ponen en cuestión aquel mundo hostil que pareciera querer naturalizarse.

Luces inspiradoras que pueden marcar tendencias. En esta mirada de mundo un acento sin dudas está en la búsqueda por facilitar el protagonismo fuerte de niñas, niños, jóvenes, mujeres y nuevos movimientos sociales. En nuestra visión de mundo hay lugar para la globalización de la solidaridad, la equidad de género como modo cotidiano de relacionamiento, con espacios de diálogo,

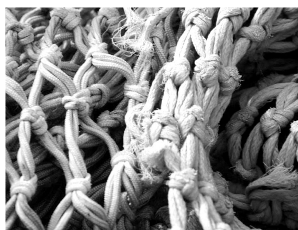
creación y recreación de identidades distintas (políticas, religiosas, sexuales, culturales); un mundo diverso.

Vivimos en un mundo nuevo caracterizado por los cambios, la fugacidad, en proceso de redefinición de un nuevo paradigma. Es cierto también que los medios y las nuevas tecnologías, "*han operado cruciales transformaciones en las percepciones y en el imaginario, las acciones, los modos de relacionarnos (la socialidad y la cotidianidad) y las expectativas colectivas*" expresa Jorge Huergo (2001). Coincidimos con él cuando destaca que "*se debería alentar (desde la educación y desde los medios)* ***una política capaz de recomponer la trama de lo comunitario****, que dé cuenta de* ***las asimetrías, las injusticias y las nuevas y viejas formas de dominación****, y que aliente una comunicación / educación transformadora*". (Huergo, 2004)

La democracia necesita para vivir "*que la ciudadanía desarrolle una cultura de la responsabilidad mundial. Una cultura que combine los cabos de la misma cadena: lo micro y lo macro. Por una parte, una toma de conciencia de la dimensión planetaria de los problemas planteados por un dispositivo productivo y tecnológico de información y de comunicación que subyace al proyecto de un nuevo orden para el planeta. Por otra, el anclaje o arraigo en un territorio concretamente situado. Porque este territorio sigue siendo el primer lugar de ejercicio de la ciudadanía y del contrato social. Sólo en estas condiciones, la sociedad civil puede presionar al Estado para que cumpla su papel de regulador de las lógicas mercantiles*" (Matelart, 2003).

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

¿De qué hablamos cuando decimos estimular el protagonismo de la ciudadanía?



La ciudadanía es un conjunto de prácticas (jurídicas, políticas, económicas y culturales) que definen a una persona como miembro competente de una sociedad, en un determinado momento histórico (había una ciudadanía a principios del siglo XIX, pero hay otra idea y acción ciudadana en la actualidad). Entonces, el ejercicio ciudadano ya no se remite sólo a disponer de derechos políticos, civiles y sociales, sino a participar en condiciones de mayor equidad en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el ***acceso*** *a los espacios públicos. La idea que remarcamos es la capacidad de los ciudadanos a participar, entendida la participación como la toma de decisiones. El decidir como resultado concreto del participar.*

En esos marcos, y recuperando los acentos y prioridades de la propuesta pedagógica de ALER, será necesario atender a los nuevos modos de expresar, de decir, de participar y de construirse como ciudadanía participativa e incidente. La investigadora mexicana Rossana Reguillo[2], sostiene: "*aunque de manera balbuceante, los jóvenes están inaugurando nuevos lugares de participación política, nuevos lugares de enunciación y de comunicación*". En sus nuevas formas de interacción comunicativa, el hipertexto, el email, los mensajes de texto, los grafittis, los tatuajes, las remeras negras con los nombres de sus grupos musicales preferidos, la elección de una canción que habla del amor, los raros peinados nuevos, hay "*un texto social que espera ser descifrado*".

Precisamente por la emergencia de esa acción ciudadana, sentimos que este mundo nuestro de cada día, se encuentra en construcción, que exige un nuevo dimensionamiento de nuestro ser y nuestro habitar el planeta. Mundo concebido como un espacio en transformación constante, que entre grietas y piedras en el camino ofrece múltiples escenarios y posibilidades. Por lo cual, frente a sus terribles contradicciones y contrastes, lo encontramos asimismo como interpelable, transformable y deconstruible.

EL TELAR:
HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



¿Cómo vemos el mundo?

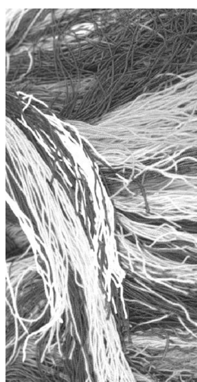
- *En nuestra radio reflexionamos sobre nuestra visión de mundo*
- *Leemos los aportes del equipo ELFO que también reflexionó sobre el tema*
- *Sacamos conclusiones conjuntas*

Globalizado, altamente mercantil y violento, con pobreza en aumento y degradación de la dignidad humana, con propuestas alternativas que ponen en movimiento acciones en red, el surgimiento de nuevas visiones y nuevas concepciones sobre el estar y ser de la persona en el mundo (ciudadanía – exigencia de construcción participativa, etc.) Realidad cambiante, con movimiento, en la cual se ven las mayores exclusiones. En constante movimiento. Mundo en construcción, colonizado y autoritario. Espacio en constante transformación donde se dan un sin fin de escenarios de actuación. Diverso, cambiante, en construcción. Cosmovisión cambiante, globalizada, fugaz, con contrastes radicales. En el cual algunas emisoras se quedaron en prácticas de los 70, 80, 90. Además este es un mundo que propone la globalización de la solidaridad, la feminización de las prácticas, intercultural y diverso. En el cual, coexisten

[2] Especialista en el análisis de los colectivos juveniles en situación de vulnerabilidad de América Latina, acerca de los nuevos modos participativos y de sociabilidad.

varias lógicas, frente a la tendencia dominante, pero en la cual aparecen luces inspiradoras que pueden marcar tendencias. En el cual sea posible el protagonismo fuerte e incidente de niñas, niños, jóvenes, mujeres y nuevos movimientos sociales.

DESMADEJAMOS



Acerca de los Contextos

"*Nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado,*
al mundo tal como existía en la época de nuestra
infancia y juventud, nacidos y criados antes de la
revolución electrónica, la mayoría de nosotros
no entiende lo que ésta significa.
Los jóvenes de la nueva generación, en cambio,
se asemejan a los miembros de la primera generación
nacida en un país nuevo.
Debemos aprender junto con los jóvenes la forma
de dar los próximos pasos;
Pero para proceder así, debemos reubicar el futuro.
A juicio de los occidentales, el futuro está delante de nosotros.
A juicio de muchos pueblos de Oceanía, el futuro reside atrás, no adelante.
Para construir una cultura en la que el pasado sea útil y no coactivo,
debemos ubicar el futuro entre nosotros,
como algo que está aquí listo para que
lo ayudemos y protejamos antes de que nazca,
porque de lo contrario, será demasiado tarde"
Margaret Mead

Visualizamos el contexto como un espacio cultural, multicolor, multisemántico, que por su propia naturaleza es fuente de producción de sentidos. Se presenta como punto de partida y de llegada del análisis del mundo diverso. En el que aparecen diversas formas de expresión, muchas construidas desde estereotipos, otras desde visiones más amplias, multiformes, posibilitadoras. Un contexto cargado de escenarios múltiples, actores diversos y actuaciones complejas que apuntan a la resignificación.

El contexto actual se nos presenta dinámico, globalizado, diverso en enfoques, expresiones y además segmentado y desarticulado. En el que se explicitan diversas crisis en todos los aspectos de la sociedad (político, cultural, social, económico), con una red de relaciones muy complejas, con una ciudadanía en construcción, en el que persiste una ideología dominante e imperialista aunque con estrategias diferentes y múltiples.

Quizá por estas características se acrecientan los temores e incertidumbres propios de los tiempos modernos, lugar desde el que se hace necesario plantearse la construcción de escenarios desde una mirada prospectiva, como

un modo de acercar el futuro en medio de ese contexto plural y diverso. Y allí entran aquellas propuestas acerca de la necesidad de impulsar un nuevo contrato social, y la coherencia y correspondencia con la visión de mundo que manejamos. La lección, quizá nos viene dada desde aquellos que decidieron aprender desde lo local.

Otro aspecto no menos trascendente, que forma parte de los sentidos del Proyecto Político Comunicativo, lo constituye la reflexión sobre los modos de construcción de la propia identidad. "*La identidad no es fija, es histórica: se construye, se reconstruye, se modifica, etc., en la interacción con los/as otros/as. La identidad transcurre y se modifica sobre el hilo de la historia*" (Von Sprecher, 1997) y añade: "*Todos tienen identidad aunque no lo reconozcan o no la reconozcan*" (Von Sprecher, 1997). Por su parte la investigadora María Cristina Mata afirma que la "*construcción de las identidades es una de las apuestas claves de la construcción social. Y la dimensión comunicacional es central en el procesamiento de esas identidades*" (Mata, 1993) porque las identidades se van articulando desde distintas visiones de mundo, normas, valores y según sean los contextos que se presenten.

Desde estas conceptualizaciones, afirmamos que toda la gente tiene derecho a conocer y reconocer su historia, a formar parte de una comunidad, y a dejar la huella de su impronta. A compartir con ella una forma de vida, una cultura, una lengua. Pertenencias que van marcando la identidad, de las personas y los proyectos que protagonizan, que les definen en su esencia más profunda.

Aunque lo reconocemos como complejo y con límites borrosos, entendemos al contexto tal como lo expresáramos en párrafos anteriores: como aquel entramado con bordados sutiles o paradigmáticos, en el que estamos situados, del cual partimos y al cual llegamos con nuestras quietudes y nuestras ideas, nuestros sueños y desafíos.

La radio en su contexto implicaría entonces la gestión de una radio vital, interactiva, participativa, relacionada con la comunidad, en contacto permanente con los actores sociales, las minorías, los grupos emergentes, las comunidades indígenas, que dialoga, escucha y se involucra acompañando las acciones de la gente para incidir en aquellos entornos adversos y obtener una mejor calidad de vida en todos los aspectos.

EL TELAR:
HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



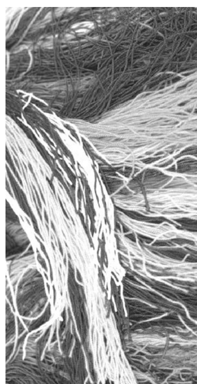
¿Cómo vemos el contexto?

- *En nuestra radio reflexionamos sobre el contexto*
- *Leemos los aportes del equipo ELFO que también reflexionó sobre el tema*
- *Sacamos conclusiones conjuntas*

Marcado por ciertas prácticas político-culturales que intentan pautar reglas de juego en: los gobiernos, en los modos de gestionar ciudades y sentidos de desarrollo. Marcado además por experiencias de movimientos sociales, grupos, actores sociales diversos que pujan por legitimar otras miradas, otras prácticas, otros modos de construcción política y de acuerdos para impregnar la vida con dignidades, libertad, equidad y propuestas superadoras para construir identidades desde los propios acentos. Espacio cultural, que es multicolor, multisemántico. Punto de partida y de llegada del análisis del mundo diverso. Diversas formas de expresión, construidas desde estereotipos. Construcción cotidiana que reconoce y visualiza a los actores, presente en la radio. En constante relación. Dinámico, globalizado, diverso en enfoques, expresiones y además es segmentado, desarticulado, en el que se explicitan diversas crisis en todos los aspectos de la sociedad (político, cultural, social, económico), con una red de relaciones muy complejas, con una ciudadanía en construcción y en donde persiste una ideología dominante e imperialista aunque con estrategias diferentes y múltiples.

DESMADEJAMOS

Sujeto /a de Aprendizaje



Comunidad hacedora, desde el diálogo y los procesos de Interaprendizaje

¿Para quiénes y con quienes construimos, hacemos y pensamos y soñamos esta propuesta? En primer lugar la comunidad de nuestras radios, redes y centros de comunicación. Esa comunidad de intereses, valores, criterios, miradas, sentires, y andares, con procesos de identidad comunes, de visión de mundo compartida, de razones por las cuales se hace lo que se hace.

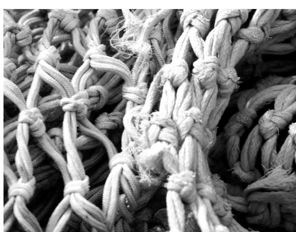
Comunidad que hilvana puntadas, borda nuevas texturas en cada espacio de encuentro, que intenta expresarse en diversos entramados radiofónicos. Comunidad que construye desde el diálogo, que promueve procesos de aprendizaje entre sus integrantes.

Inspirada en los mismos sentidos y con las mismas ansias de incidencia. Imaginamos también otros sujetos de aprendizaje para esta propuesta pedagógica, en otros escenarios: medios, escuelas y facultades de comunicación. Los mundos donde se debate, se dialoga y reflexiona sobre la comunicación.

María C. Mata[3] afirma “*Si se piensa a la comunicación como un conjunto de intercambios a partir de los cuales se van procesando identidades, normas, valores, se van articulando intereses, se van acumulando y legalizando saberes y poderes, es inevitable reconocerla como un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social. Es decir, como un terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos de ese orden, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos*” (Mata, 1993). La mirada conceptual de Mata, quizá explique, en parte, la vocación de incidencia de esta propuesta pedagógica, en múltiples y variados escenarios de formación y producción de sentidos.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

¿Qué es interaprendizaje?



Aprender con otros, con otras. Desde las experiencias y saberes anteriores, desde la cultura. Los saberes se encuentran entre los integrantes de una comunidad que busca lograr objetivos comunes. El diálogo, la confrontación de ideas y experiencias, la crítica, autocrítica, evaluación y autoevaluación son los instrumentos de trabajo permanente. La propuesta de interaprendizaje se caracteriza por la libertad y la autonomía, la cooperación y corresponsabilidad, la solidaridad e iniciativa. Además, el aprendizaje logrado, generalmente es más sólido que el conseguido en forma individual.

Se promueve un proceso de interaprendizaje con aquellas personas con las que interactuamos, que tienen conocimientos, experiencias e imaginarios propios. Personas de intercambios, de asombros y de descubrimientos continuos. Personas distintas, diferentes con quienes se dialoga y se interactúa. A quiénes desde se llega a conocer, con quienes se sueña. Hombres y mujeres en búsqueda y con preguntas. Hacedores de la propia historia, de la propia utopía.

Constructoras y constructores colectivos que se vana transformando a través de procesos de diálogo. Con quienes podemos construir **nuestra** mirada sobre los procesos y escenarios, sobre los sentidos y los acentos del movimiento de radios comunitarias y populares del continente. Otro, otra con el que somos nosotros en comunidad.

[3] María C. Mata, investigadora argentina que ha profundizado el análisis del discurso de los medios.

La propuesta también posee un sentido multiplicador. No solo se construye con las radios, centros y redes de comunicación como implicados directos de los proyectos radiofónicos, sino que también contempla a las y los interlocutores de esos proyectos. El entramado es más profundo si se dialoga y escucha a las audiencias.

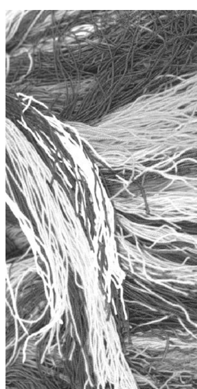
EL TELAR:
HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



¿Cómo hemos pensado al sujeto de aprendizaje

- *En nuestra radio reflexionamos sobre el sujeto de aprendizaje*
- *Leemos los aportes del equipo ELFO que también reflexionó sobre el tema*
- *Sacamos conclusiones conjuntas*

El ser humano permeado por mensajes y políticas deshumanizantes; el ser humano, los más pobres, aparecen como sujetos pasivos (no es absoluto). Hay sin embargo, aunque no la mayoría, quienes entienden y asumen su autonomía y su necesaria actuación social y política. Radio, redes y centros de producción. Personas activas con conocimientos previos, con experiencia y con un imaginario propio. Sujeto de intercambios, de asombros y de descubrimientos continuos. Un alter, otro totalmente diferente con el cual dialogo, interactúo y conozco. Las personas de radios, centros y redes, l de ALER, además los hombres y mujeres en búsqueda y con preguntas. El hacedor de la propia historia, de la propia utopía. Este hacedor, es un sujeto, un constructor colectivo. Se constituyen como otro/otra en proceso de diálogo, otro/otra que juntos somos nosotros/nosotras. Con quienes se puede construir NUESTRA mirada sobre los procesos y escenarios, sobre los sentidos y los acentos del movimiento de radios comunitarias y populares del continente. Otro/otra con el que dialogamos, intercambiamos, en el marco de un siempre constante, proceso de interaprendizaje, con el que somos nosotros en comunidad.



DESMADEJAMOS

Diálogo de Saberes

De Memorias y encuentros,
de saberes subjetivos y abrazos colectivos

"Cuando yo hablo de la biología del amor hago referencia por un lado, a la constitución básica que hace posible que seamos una clase particular de animales y por el otro lado, a la dinámica sistémica de la convivencia humana que conserva eso como una condición central para vivir. Para nosotros, los seres humanos, es una condición central esta relación de realización en el seno de un espacio humano acogedor".
Humberto Maturana

La propuesta pedagógica de ALER nace desde la vida misma de las radios, centros de comunicación y redes, está construida con base a la recuperación de lo que cada uno trae consigo, y en el juego de intercambios lo pone en diálogo.

Se trata de un diálogo siempre situado, es decir se da en un lugar y en un espacio determinado, con unas personas en particular y en ciertos momentos. El diálogo de saberes recupera los aprendizajes que nos brindan aquellas prácticas inspiradoras que recorren el continente de boca a boca y la brisa de los grandes mares que rodean estas tierras.

Nace desde lo subjetivo, desde lo particular a lo colectivo y desde lo universal, hacia el compromiso particular que toma sentido nuevamente en lo colectivo. Parte de la pregunta y se constituye como un interaprendizaje. El diálogo de saberes tiene claros propósitos:

- Crear condiciones para el diálogo
- Desatar procesos de construcción colectiva de conocimiento y reconocimiento
- Acompañar procesos y prácticas de descolonización de la vida cotidiana.

A partir de esto se puede hacer una lectura de contenidos, como propuestas de relación, que incluyen partir del ser y del ser relacional, para llegar al ser participante que decide.

Imaginamos ciertos pasos necesarios en ese proceso:

- Reconocer lo personal
- Reconocer escenarios y contextos
- Reconocer actores
- Reconocer procesos
- Visualizar tipos de relaciones con esos actores en esos escenarios de actuación
- Descolonizar y descolonizarse, para así participar de nuevas construcciones
- Promover procesos educomunicativos humanizantes

Es muy interesante lo planteado por Oscar Forero en relación al diálogo de saberes y cómo ese diálogo toma fuerza en la comunidad y en los medios **en su informe de investigación sostiene que** "*es muy importante encontrar caminos, desde una intención de diálogo de saberes, que permita evidenciar criterios de legitimidad diferentes y propicie caminos de relación en medio de la diversidad de actores. Esto es muy difícil si se (valora) desde quién está*

a favor, quién en contra y quién hasta ahora es neutral". "*Ahondar en la experimentación comunicativo – educativa* -afirma Forero- *a partir de los recursos disponibles y del importante acumulado metodológico, es esencial*" (Forero, 2004).

La naturaleza de estos intercambios fortalece la capacidad de conocer, y reconocer al otro, a la otra como fuente de sabiduría. Este reconocimiento, implica poner en valor saberes anteriores y la visibilización de experiencias. Se trata de un intercambio respetuoso de saberes, que democratiza los conocimientos y que permite la construcción de nuevos saberes, de nuevas relaciones y nuevas dinámicas.

En el caso de algunas radios, centros y redes y su producción informativa "*el excesivo papel de mero medio de traducción de la lectura crítica del mundo fundada en criterios político ideológicos contrahegemónicos, se ve tensionado, interrogado, por una puesta en escena que alude a la integralidad de los seres humanos, a la diversidad de Latinoamérica*" (Forero, 2004). Este texto nos estimula a revisar el tema del futuro vinculado a la producción de conocimiento y a la producción de radio. El futuro que puede ser soñado y pensado en la planificación y gestión de las radios, centros y redes. Enfoque desde donde el futuro adquiere potencialidad como espacio de libertad, de voluntad y de poder. (Gabina, 1999)

EL TELAR:
HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



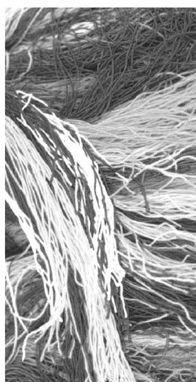
¿Cuáles han sido las reflexiones sobre el diálogo de saberes?

- *En nuestra radio reflexionamos sobre el diálogo de saberes, tomando en cuenta los elementos que el equipo ELFO pone en la mesa.*
- *Leemos los aportes del equipo ELFO que también reflexionó sobre el tema*
- *Sacamos conclusiones conjuntas*

Haceres, miradas, aprendizajes y experiencias. Que recupera lo que cada uno trae consigo y lo pone en diálogo. Además está siempre situado: se da en un determinado escenario, con unos actores en ciertos momentos. Que recupera también los aprendizajes realizados en aquellas prácticas inspiradoras y aquellas otras que no tuvieron un final feliz. Desde lo subjetivo, desde lo particular a lo colectivo y desde lo colectivo – universal, hacia el compromiso particular que toma sentido en lo colectivo. Parte de la pregunta y se constituye como un interaprendizaje. Tiene un propósito, desatar procesos de construcción colectiva de conocimiento y de reconocimiento. Además, de acompañar procesos y prácticas de descolonización de la vida cotidiana. A

partir de esto se puede hacer una lectura de contenidos, más o menos propuestos, como propuestas de relación, que incluyen: partir del ser y del ser relacional, llegar al ser participante que decide. Para esto, ciertos pasos: reconocer escenarios, actores, procesos, descolonizar, participar de nuevas construcciones. Desarrollo de la capacidad de conocer. Construcción de conocimientos a partir del intercambio y del reconocimiento del otro como fuente de sabiduría. Este reconocimiento, implica poner en valor los saberes anteriores, la visibilización de la experiencia. Quizás lo más categórico sea el necesario intercambio respetuoso de saberes, esto democratiza los conocimientos y se construyen nuevos saberes, que significarán nuevas relaciones y dinámicas.

DESMADEJAMOS



Consecuencias Metodológicas

Construcciones plurales y permanentes

"Cuando el mundo se acelera
nos sentimos personalmente amenazados,
podemos perder nuestra perspectiva con facilidad.
Nos refugiamos en la negación hasta que
nos sentimos capaces de sobrevivir a la amenaza."
J. James

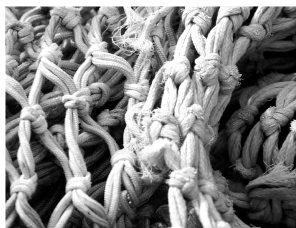
La propuesta pedagógica de ALER intenta salirse de las recetas tradicionales porque no pretende ofrecer un esquema cerrado; al contrario, se enseñorea con la flexibilidad y la promoción de lo participativo, está de novia con la vida por su espíritu abierto y dialogado. Es una propuesta que promueve la creación colectiva de saberes, la búsqueda conjunta de caminos y desafíos para fortalecer y profundizar el desarrollo de radios, centros y redes. El acento está puesto en la persona humana, la ética, la diversidad, la cultura como marco de un diálogo intercultural, pluricultural, diverso, creativo, distinto, múltiple, donde los sueños, el futuro, juegan un rol estratégico.

Se plantean como ejes:

- La resignificación constante de la mirada del mundo diverso y cambiante.
- La creatividad para nuevas herramientas y medios y la concepción del futuro como espacio de voluntad, espacio de libertad y espacio de poder. (Gabina, 1999)
- La posibilidad de facilitar el desarrollo de la autocrítica y la capacidad de cambio, la capacidad de escucha.
- La relectura crítica, con coherencia y correspondencia con el proyecto político comunicativo enunciado por cada radio, centro y red de comunicación.

Una comunicación diferente implica una organización diferente, otra manera de interpelar a lo público y de disputar ese espacio. Es fundamental, para nuestra propuesta pedagógica, que los actores con los que interactuamos puedan deconstruir y ver en sus prácticas la dimensión estética para poner en juego las formas que tienen de decir y de disputar ese espacio público.

Se propone la escucha activa y la resignificación de las acciones propias del Proyecto Político Comunicativo, de los pasos dados en cada una de las experiencias y la visión cuestionadora y crítica de los desafíos por venir.



LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

¿Qué es alteridad? Es ser capaz de aprehender al otro en la plenitud de su dignidad, de sus derechos y, sobre todo, de su diferencia. Cuanta menos alteridad existe en las relaciones personales y sociales, más conflictos suceden. (Betto, 2003)

Una nueva forma de ver, ser y estar en el mundo implica el reconocimiento de la **alteridad**, la escucha activa y la libre expresión como grandes bases filosóficas para hacer posible la construcción de una humanidad sensible, cálida, creativa, profunda, más plural y colectiva, menos individualista y ajena.

Jesús M. Barbero aclara y moviliza al referirse a las formas que adquieren los saberes en la actualidad: "*El saber ahora es disperso y fragmentado, porque el saber escapa a los lugares que antes los contenían y legitimaban. El saber se descentraliza (excede a la educación formal). El saber se destemporaliza: implica la diseminación del conocimiento, es decir el emborronamiento de las fronteras de lo que separaba al saber común de otros saberes que antes no eran considerados válidos*" (Barbero, 2003). También habla de *saberes transversales*, referido a aquellos saberes que nos atraviesan, recorren y acompañan la vida. "*Esos saberes son: Los saberes lógico-simbólicos, los saberes históricos, Y los saberes estéticos*" (Barbero, 2003). Propone asumir los saberes de manera integral, abarcando aquellos saberes que hacen parte de los modos de sentir, junto a todo aquello que el saber lógico racional relegó al campo de la imaginación y de la creación estética.

María Teresa Quiróz por su parte, señala que el poder socializador de los medios, incluyendo ahora a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –y en particular Internet- radica en su poder como "*alternativa cultural*". "*No son únicamente espacios de entretenimiento, sino además de interacción, de modelos de identidad, lugares donde se aprende de uno mismo, del "otro" (otra) y de "los otros" (otras)* sostiene. Por eso postula que hoy más que nunca "*es indispensable pensar la educación más allá de las fronteras del aula*" (Quiróz, 2003). Estamos asistiendo a un momento en el

que es necesario "*pensar la educación desde otro lugar, menos centralizada en el aula y más en relación con las experiencias, las necesidades, las sensibilidades de niños y jóvenes (hombres, mujeres), de su cultura y sus proyectos*", así como en nuevos espacios de socialización.[4]

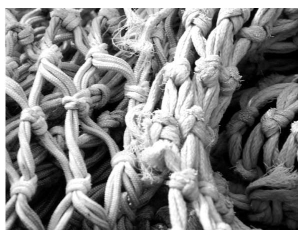
Se trata entonces de intentos por instituir otras formas de relación, mediante pasos que aspiran a poner en escena una mirada esa diversidad de conocimientos y saberes: lúdicos racionales, teóricos y prácticos, y el actuar, transformar.

La propuesta pedagógica, hasta ahora presentada en forma de módulos de formación, algunos prioritarios y otros vinculados a ellos, proporciona distintas puertas de entrada para la reflexión y revisión de estas preocupaciones, temas e intereses. Claramente, se apunta a la creación colectiva de saberes, la búsqueda conjunta de caminos y desafíos para fortalecer y profundizar el desarrollo de radios, centros y redes. Con la certeza de que el proceso debe estar unido a la pregunta. Pregunta individual o colectiva, acerca de lo global o de lo más próximo y local. La pregunta, como fuente de búsquedas, memorias y sabidurías.

La inspiración de la propuesta encuentra también otros nutrientes que la enriquecen, en la idea de concebir al futuro como espacio de libertad, voluntad y de poder. "*El futuro es una página en blanco que nos queda por escribir*" (Gambina, 1999) y añade "*cuando se considera que el futuro no se prevé, sino* ***que se inventa y que, por tanto, se construye****, es cuando la* ***prospectiva*** *adquiere todo su valor y significado como fuente reductora de angustias y de incertidumbres*". (Gambina, 1999)

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

¿Qué es prospectiva?: *Es la mirada hacía el futuro, lo que no es, pero es posible construir. Es mirar el futuro como un espacio de voluntad pero también de poder.*



¿Qué son comunidades de aprendizaje?: *Es la posibilidad de desarrollar un proceso de enseñanza y aprendizaje, más allá del espacio geográfico, porque sus miembros pertenecen a diferentes países, pero están en relación gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación. Es la construcción de un aula o un espacio virtual donde confluyen las diversas miradas de mundos locales en dialogo con las miradas globales.*

[4] Quiróz, María Teresa, "Aprendizaje y Comunicación en el Siglo XXI". Grupo Editorial Norma. Bs As. 2003.

Sin duda no se trata de un proceso aislado, individual, solitario, las **comunidades de aprendizaje** constituidas juegan un rol. Las comunidades de aprendizaje ya existentes y las por venir, permiten el inicio y la continuidad. Junto a la ya mencionada actitud de diálogo y escucha con las y los interlocutores y los necesarios intercambios con las audiencias, actores, escenarios y contextos. En un flujo constante de creación y recreación, así como en la vida misma, la primavera regresa luego de cada invierno.

La Comunidad de Aprendizaje:
Una metodología innovadora

La comunidad de aprendizaje desarrolla un proceso de enseñanza y aprendizaje, más allá del espacio geográfico, porque sus miembros pertenecen a diferentes países, pero están en relación gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs).

La creación de esta comunidad de aprendizaje permite la generación de un espacio donde el acceso e intercambio de información es amplio, la reflexión es colectiva y el respeto impulsa sus acciones. De esa manera, desmitifica la posesión única de conocimiento y de verdad centrada en pocas personas.

Así concebida la Comunidad de aprendizaje es alimentada desde:

- Una animación motivadora.
- El planteamiento de retos descentralizados.
- El otorgar responsabilidades y generar el logro de metas comunes.
- El desarrollo de productos, entendidos éstos como encuentros, reflexión de paradigmas de formación, desarrollo de materiales educativos o construcción de propuestas educativas en la temática. Estos productos son también compartidos para aprovechar todas las ventajas del equipo por la diversidad de pericia que cada miembro posee.

De la síntesis y el análisis a la práctica y la reconstrucción

Este espacio de la comunidad de aprendizaje logra sistematizar, a través de la descripción y la interpretación, las experiencias radiales dando lugar al punto de vista de los actores, a la subjetividad, a la historia local, a la lógica y a los sentidos que están presentes en las prácticas radiofónicas.

No se redujo a la acumulación de datos informativos sino que se adentra en procesos históricos, de contexto y de organización para reconstruir y para interpretar críticamente esas experiencias radiales, con el afán de:

- mejorar las prácticas,
- compartir aprendizajes con otras experiencias similares y
- contribuir al enriquecimiento teórico desde las prácticas.

Por lo tanto, esa sistematización representa una metodología de análisis que permite revisar la experiencia tanto en la globalidad como en sus aspectos particulares, explorando los aciertos y dificultades en las que se ha desarrollado la práctica radiofónica.

Sistematizar las prácticas radiofónicas supone algunas ventajas:

- Ayuda a mirar las acciones radiales adecuadas al contexto donde actúan las emisoras.
- Sirve para mirar las fortalezas y debilidades.
- Significa evaluar los impactos, la construcción de sentido y las incidencias de nuestras experiencias.
- Colabora a desarrollar una perspectiva clara desde donde vamos a mirarnos en el espejo, justamente, en esa reconstrucción, construcción y reconstrucción de nuestras prácticas radiofónicas, con el afán de considerar el tipo de huellas que vamos dejando en el camino radial.

Lo valioso de este componente metodológico es que los esfuerzos en este sentido no se pueden ver marginales o mínimos desde nuestras experiencias, pues son recursos de interpelación a los ámbitos políticos, pedagógicos, culturales y sociales. Así es, estas propuestas que se miran, se recrean y se fortalecen desde la práctica convirtiéndose en espacios de incidencia con el afán de promover experiencias radiofónicas que apuesten por otra comunicación posible.

EL TELAR: HERRAMIENTAS PARA TEJER EL PROCESO DE APRENDIZAJE



¿Cuáles han sido las reflexiones sobre el tema metodológico?

- *En nuestra radio reflexionamos sobre el tema metodológico, tomando en cuenta los elementos que el equipo ELFO pone en la mesa.*
- *Leemos los aportes del equipo ELFO que también reflexionó sobre el tema*
- *Sacamos conclusiones conjuntas*

Una nueva forma de ver, ser y estar, implica el reconocimiento de la otredad, la alteridad. Además la escucha activa y la libre expresión son como grandes bases filosóficas para operativizar la construcción de una humanidad. Formas de relación, pasos, se debe poner en escena una mirada sobre: el conocimiento lúdico y racional, los saberes teóricos y prácticos, y el actuar, transformar. Comunidades de aprendizaje constituidas, que permiten la continuidad. Desfases de las prácticas con el contexto, falta de incidencia. Educación. Descubrimientos colectivos y desarrollo de mirada autocrítica y capacidad de cambio. La resignificación constante de la mirada del mundo diverso y cambiante, la creatividad para nuevas herramientas y medios y la concepción del futuro como espacio de poder, para caminar y construir con mayores claridades. Procesos, como incertidumbre, en las cuales los módulos son flexibles, en construcción y con varias

entradas. Y desde los componentes del PPC son vistas como incidencia, estética. Producción de sentido, sustentabilidad. Interaprendizaje colectivo, de compromiso de transformación local, que incide en lo global (efecto mariposa). La propuesta de formación, hasta ahora presentada en forma de módulos, algunos prioritarios y otros vinculados a ellos (que proporcionan distintas puertas de entrada a la reflexión sobre los temas). Propuesta abierta, dialogada, participativa, flexible. Propuesta que promueve la creación colectiva de saberes, la búsqueda conjunta de caminos y desafíos para fortalecer y profundizar el desarrollo de radios, centros y redes. Con el acento puesto en la persona humana, la ética, la otredad, la alteridad, la cultura como marco en un diálogo intercultural, pluricultural, diverso, creativo, distinto, múltiple, donde los sueños, la prospectiva juega un rol estratégico.

ANUDAMOS LOS CONTENIDOS



La propuesta pedagógica presentada desarrolla algunos ejes de contenido que los sintetizamos así:

***Las preguntas**: Revisión diagnóstica. Sentido de las prácticas del PPC. PPC proceso de reflexión, elaboración permanente y Coherencia con los contextos.*

***Problema:** Falta de pertinencia de las practicas radiofónicas al contexto cambiante. Necesidad de relectura. Actualización de las radios al cambio de paradigma. Revisión constante del PPC.*

***Concepto de mundo:** Nuevo mundo en construcción, que exige una nueva dimensión del ser y el estar en el mundo. Nuevos valores. Mundo, espacio de transformación constante que ofrece múltiples escenarios. Algo interpelable, transformable y deconstruible.*

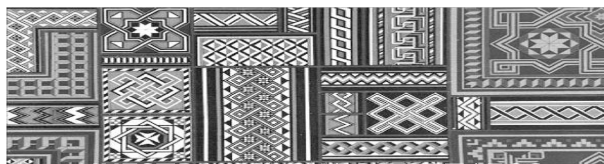
***Contexto:** Cargado de escenarios múltiples, actores diversos y actuaciones complejas que apuntan a la resignificación. Dinámico, globalizado, diverso, desarticulado. Es un modo más complejo y con límites borrosos. Es un lugar complejo en el cual estamos situados del cual partimos y al cual llegamos*

***Sujeto/a de aprendizaje:** La comunidad de nuestras radios, redes y centros de comunicación. Un/a hacedor/a en diálogo y promotor de procesos de Inter aprendizaje.*

Diálogo de saberes: *Flujo permanente. Capacidad de conocer y transformar, asombro. Hacer al otro visible. Propósito de crear condiciones para el diálogo*

Consecuencias metodológicas *Desarrollar la capacidad de autocrítica y de cambio.* ***Coherencia*** *entre fondo y forma. Proponer la escucha activa. Resignificación. Futuro como espacio de poder. Proceso debe estar unido a la pregunta. Actuación para transformar. Una comunidad de aprendizaje.*

Comunidad de aprendizaje: *La comunidad de aprendizaje desarrolla un proceso de enseñanza y aprendizaje, más allá del espacio geográfico, porque sus miembros pertenecen a diferentes países, pero están en relación gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación*



A continuación hay una serie de preguntas y las reflexiones que en otros espacios suscitaron dichas preguntas, estas reflexiones están organizadas de la misma manera que la Propuesta Pedagógica, es decir: problema, mundo, contexto, sujeto de aprendizaje, diálogo de saberes y conclusiones metodológicas.

El reto es construir nuestra propia respuesta a partir de estas ideas y de las ideas expresadas en este material sobre el Proyecto Político Comunicativo y la Propuesta Pedagógica:

1. ¿Cómo logramos una constante construcción y actualización del PPC en las radios / redes / y comunidad de producción?

    - Problema: cuando se tenían las respuestas, fueron cambiadas las preguntas.
    - Mundo: mundo en construcción, colonizado y autoritario.
    - Contexto: diversas formas de expresión, construidas desde estereotipos.
    - Sujeto de Aprendizaje: redes y la comunidad de producción.
    - Diálogos de saberes: tienen un propósito, desatar procesos de construcción colectiva de conocimiento y de reconocimiento. Además, de acompañar procesos y prácticas de descolonización de la vida cotidiana. A partir de esto se puede hacer una lectura de contenidos, más o menos propuestos, como propuestas de relación, que incluyen: partir del ser y del ser relacional, llegar al ser participante que decide.

Para esto, ciertos pasos: reconocer escenarios, actores, procesos, descolonizar, participar de nuevas construcciones.
- Conclusiones metodológicas: formas de relación, pasos, se debe poner en escena una mirada sobre: el conocimiento lúdico y racional, los saberes teóricos y prácticos, y el actuar, transformar.

2. ¿Cómo proponer la reflexión del PPC en las radios?

- Problema: la revisión constante del PPC en las radios.
- Mundo: espacio en constante transformación donde se dan un sin fin de escenarios de actuación.
- Contexto: construcción cotidiana que reconoce y visualiza a los actores, presente en la radio.
- Sujetos de aprendizaje: personas activas con conocimientos previos, con experiencia y con un imaginario propio.
- Consecuencias Metodológicas: comunidades de aprendizaje constituidas, que permiten la continuidad.

3. ¿Cómo poder estar en cuestionamiento y reelaboración permanente del PPC?

- Problema: el mirar, e1mirarse y el mirarnos.
- Mundo: en constante movimiento.
- Contexto: en constante relación.
- Sujeto de aprendizaje: sujeto de intercambios, de asombros y de descubrimientos continuos.
- Diálogo de saberes: desarrollo de la capacidad de conocer.
- Consecuencias metodológicas: descubrimientos colectivos y el desarrollo de la mirada, autocrítica y de la capacidad de cambio.

4. ¿Cómo pueden ser los proyectos políticos consecuentes con la mirada de mundo?

- Problemas: incapacidad de diálogo y respeto por las diferencias, cambios acelerados de la cultura.
- Mundo: diverso, cambiante, en construcción.
- Contexto: punto de partida y de llegada del análisis del mundo diverso
- Sujeto de aprendizaje: un alter, otro totalmente diferente con el cual dialogo, interactúo y conozco.
- Diálogo de saberes: construcción de conocimientos a partir del intercambio y del reconocimiento del otro como fuente de sabiduría. Este reconocimiento, implica poner en valor los saberes anteriores, la visibilización de la experiencia.
- Consecuencia metodológica: la resignificación constante de la mirada del mundo diverso y cambiante, la creatividad para nuevas herramientas y medios y la concepción de un mundo como espacio de poder, para caminar y construir con mayores claridades.

5. ¿Cómo promover en las socias una permanente reflexión acerca de su PPC?

- Problema: necesidad de relecturas del proyecto en una realidad cambiante.
- Mundo: realidad cambiante, con movimiento, en la cual se ven las mayores exclusiones.
- Contexto: dinámico, globalizado, diverso en enfoques, expresiones y además es segmentado, desarticulado.
- Sujeto de aprendizaje: los y las personas de radios, centros y redes, los de S.C. de ALER, además los hombres y mujeres en búsqueda y con preguntas.
- Diálogo de saberes: parte de la pregunta y se constituye como un interaprendizaje.
- Consecuencias metodológicas: procesos, como incertidumbre, en las cuales los módulos son flexibles, en construcción y con varias entradas. Y desde los componentes del PPC son vistas como incidencia, estética. Producción de sentido, sustentabilidad.

6. ¿Qué sentido tiene mí quehacer radiofónico?

- Problema: cómo poder encontrar coherencia entre el quehacer radiofónico y el compromiso que se ha adquirido, el corresponder con los nuevos escenarios que plantean necesidades, actores, problemáticas, que se dirigen hacia la humanización, la solidaridad.
- Mundo: cosmovisión cambiante, globalizada, fugaz con contrastes radicales.
- Contexto: espacio cultural, que es multicolor, multisemántico.
- Sujeto de aprendizaje: el hacedor de la propia historia, de la propia utopía. Este hacedor, es un sujeto, un constructor colectivo.
- Diálogo de saberes: desde lo subjetivo, desde lo particular a lo colectivo y desde lo colectivo – universal, hacia el compromiso particular que toma sentido en lo colectivo.
- Consecuencias metodológicas: interaprendizaje colectivo, de compromiso de transformación local, que incida en lo global (efecto mariposa)

7. Si estamos participando de un cambio de época, ¿cuáles son las comunicaciones que andan por nuestras prácticas? ¿Cuáles son las comunicaciones que prevalecen? En cuanto al que hacer radiofónico ¿a qué modelos de comunicación responde? ¿Es posible construir nuevas formas, “nuevas comunicaciones”? ¿Qué recoge nuestra práctica que nos impulse a la sociedad para incidir y transformarla?

- Problema: cambios permanentes y muy rápidos, democracias que no responden a necesidades de la gente, modelos políticos económicos excluyentes, medios de comunicación que sirven de soporte al sistema, medios de ALER en crisis, emergencia de nuevos actores.
- Mundo: globalizado y altamente mercantil y violento, con la pobreza en aumento y la degradación de la dignidad humana, con propuestas

alternativas que ponen en movimiento acciones en red, con el surgimiento de nuevas visiones y nuevas concepciones sobre el estar y ser de la persona en el mundo (ciudadanía – exigencia de construcción participativa, etc.)

- Contexto: en el que se explicitan diversas crisis en todos los aspectos de la sociedad (político, cultural, social, económico), con una red de relaciones muy complejas, con una ciudadanía en construcción y en donde persiste una ideología dominante e imperialista aunque con estrategias diferentes y múltiples.
- Sujeto de aprendizaje: el ser humano permeado por mensajes y políticas deshumanizante; el ser humano, los más pobres, aparecen como sujetos pasivos (no es absoluto). Hay sin embargo, aunque no la mayoría, quienes entienden y asumen su autonomía y su necesaria actuación social y política.
- Diálogo de saberes: quizás lo más categórico sea el necesario intercambio respetuoso de saberes, esto democratiza los conocimientos y se construyen nuevos saberes, que significarán nuevas relaciones y dinámicas. Consecuencias Metodológicas: una nueva forma de ver, ser y estar, implica el reconocimiento de la otredad, la alteridad. Además la escucha activa y la libre expresión son como grandes bases filosóficas para operativizar la construcción de una humanidad.

8. ¿Cuál es el sentido de la radio popular? ¿Dónde quedó la vigencia y la incidencia? ¿Cuál es el norte? ¿Cuáles son los ejes centrales del PPC de nuestras radios populares? ¿Cuáles son los ejes del PPC de ALER? ¿Cuáles son los aspectos identitarios comunes en el movimiento de las radios del continente?

- Problemas: el impacto del neoliberalismo y la globalización en los modos de construcción de las radios populares del continente. Presión del mercado. La tensión existencial entre ser un medio con línea y sobrevivir en la línea de los medios. La borrachera desinformación como muestra de las incidencias. Las radios preocupadas por perfeccionar el uso de las nuevas tecnologías, pero encerradas en cuatro paredes, alejadas del escenario social. Los modos anquilosados de hacer radio y la falta de adecuación a los nuevos contextos.
- Mundo: en el cual algunas emisoras se quedaron en prácticas de los 70, 80, 90. Además este es un mundo que propone la globalización de la solidaridad, la feminización de las prácticas, intercultural y diverso. En el cual, coexisten varias lógicas, frente a la tendencia dominante, pero en la cual aparecen luces inspiradoras que pueden marcar tendencias. En el cual sea posible el protagonismo fuerte e incidente de niñas, niños, jóvenes, mujeres y nuevos movimientos sociales.
- Contexto: marcado por ciertas prácticas político - culturales que intentan marcar las reglas de juego en: los gobiernos, en los modos de gestionar ciudades y sentidos de desarrollo. Además está mercado por experiencias de movimientos sociales, grupos, actores sociales, diversos, que pujan por legitimar otras miradas, otras prácticas, otros modos de construcción política y de acuerdos para impregnar la vida

con dignidades, libertad, equidad y propuestas superadoras para construir identidades desde los propios acentos.

- Sujeto de aprendizaje: se constituyen como otro/otra en proceso de diálogo, otro/otra que juntos somos nosotros/nosotras. Con quienes se puede construir NUESTRA mirada sobre los procesos y escenarios, sobre los sentidos y los acentos del movimiento de radios comunitarias y populares del continente. Otro/otra con el que dialogamos, intercambiamos, en el marco de uno siempre constante, en el proceso de interaprendizaje, con el que somos nosotros en comunidad.
- Diálogo de saberes: haceres, miradas, aprendizajes y experiencias. Que recupera lo que cada uno trae consigo y los pone en diálogo. Además está siempre situado: se da en un determinado escenario, con unos actores en ciertos momentos. Que recupera también los aprendizajes realizados en aquellas prácticas inspiradoras y aquellas otras que no tuvieron un final feliz.
- Consecuencias metodológicas: La propuesta de formación, hasta ahora presentada en forma de módulos, algunos prioritarios y otros vinculados a ellos (mientras que proporcionan distintas puertas de entrada a la reflexión sobre los temas. Además, es una propuesta abierta, dialogada, participativa, flexible. Es una propuesta que promueve la creación colectiva de saberes, la búsqueda conjunta de caminos y desafíos para fortalecer y profundizar el desarrollo de radios, centros y redes. Con el acento puesto en la persona humana, la ética, la otredad, la alteridad, la cultura como marco en un diálogo intercultural, pluricultural, diverso, creativo, distinto, múltiple, donde los sueños, la prospectiva juega un rol estratégico.



BLOQUE 2

LOS MÓDULOS

LA RADIO EN MOVIMIENTO

La construcción de los módulos

¿Por qué hablar de módulos?

El Equipo Latinoamericano de Formación desarrolla módulos porque representan una estructura integral de contenidos y de actividades de aprendizaje que, en conjunto permiten alcanzar nuevos aprendizajes.

Para el Proyecto Político Comunicativo, cada módulo es autónomo e integral al mismo tiempo, y está constituido por objetivos, contenidos y actividades en torno a situaciones y problemas de la práctica que se presentan en las radios.

En este sentido, un módulo propone un recorrido en torno al cual se articulan los contenidos (claros, comprensibles y eficientes) integrando estrategias y conocimientos a través de la participación activa del facilitador y de la audiencia.

Por esa razón, el módulo permite:

- Observar
- Preguntar
- Analizar
- Proyectar
- Pensar
- Experimentar

Características del módulo

La primera característica es que, como unidad autónoma con sentido propio, el módulo se articula con los distintos módulos que integran el PPC otorgándole flexibilidad para adecuarse al avance de los contenidos.

La segunda característica es que los contenidos se organizan en torno a la resolución de los problemas propios de la práctica radiofónica. Para este fin, se hace necesario que los participantes adquirieran un saber hacer reflexivo el tema al cual el módulo alude.

Lo anterior significa que los contenidos seleccionados intentan aportar a la resolución de problemas existentes en las radios y a la construcción del saber hacer reflexivo vinculando los contenidos de la formación y su aplicabilidad en los contextos sociales de las emisoras.

Los módulos toman en cuenta el contexto donde se da el proceso de enseñanza y de aprendizaje para incorporar las particularidades de los actores involucrados, de las condiciones de infraestructura y de los recursos existentes.

Aspectos metodológicos a tomar en cuenta

- El Proyecto Político Comunicativo (PPC) proponemos que sea concebido como un paquete compuesto por cuatro módulos (estética, incidencia, producción de sentido y, sostenibilidad) que involucran también distintas temáticas (contexto, actores, sueño de la radio, cultura, interculturalidad, identidad de la emisora, dimensiones: política, organizativa).
- No existe un orden para implementar los módulos. Por esa razón, se trabaja con el sistema modular que facilita el ensamblaje, se puede acomodar flexiblemente a las necesidades de las emisoras y, al mismo tiempo, no pierde la relación con sus componentes. Es decir, la entrada en los talleres en terreno puede iniciarse por cualquiera de los módulos.
- Los contenidos del PPC son abordados desde una situación que, vinculada a un problema real de la emisora, posibilite la profundización de: la estética, la incidencia, la producción de sentido, la sostenibilidad económica, social e institucional. Esto con el afán de relacionar la práctica y la vida cotidiana de la radio.
- Las actividades, dinámicas y ejercicios guardan estrecha relación con los contenidos, porque constituyen herramientas que permiten:

    - profundizar algún tema del módulo,
    - reflexionar un aspecto que no se entienda,
    - clarificar su aterrizaje en la práctica de la emisora,
    - interpelar a la audiencia o construir colectivamente el PPC para su apropiación en el terreno.

- Los contenidos están expuestos desde los más simples a los más complejos.
- La formación partirá siempre del conocimiento previo y de las experiencias de los participantes para confrontarlos con nuevos conocimientos (dialécticamente) dentro de un franco diálogo de interaprendizajes.
- Todo el proceso se basa en el rol activo del participante y de la participante donde quien forma debe asumir el rol de facilitador o facilitadora.

El enfoque pedagógico

El ELFO desarrolló pautas pedagógicas para encarar el proceso de formación:

- Desde una perspectiva metodológica, se dividen los temas por módulos de manera articulada. Pedagógicamente significa que cada conocimiento compartido se pueda relacionar como parte de la medula espinal que representa el PPC.
- Como una estrategia pedagógica, se construye una relación entre facilitador y los equipos de las radios, como el reconocimiento de: valoración de saberes, puesta en escena, saberes nuevos, diálogo de saberes, y diferentes maneras de mirar un tema, reconocimiento de contextos y realidades.
- El sentido educativo e integrador de las comunidades de aprendizaje se ancla en las radios como una forma de desarrollar una actitud hacia la

formación de un equipo de la radio. De esa manera, se asegura la construcción colectiva y el logro de objetivos que coincidan con los horizontes de cada emisora.
- Otro recurso pedagógico es ubicar todos los contenidos en el escenario y en el contexto desde la mirada que tienen los participantes, su autovaloración como personas y su cultura.
- El abordaje de los contenidos partirá siempre del conocimiento previo y de las experiencias de los participantes relacionándolos con nuevos aprendizajes construidos colectivamente y en un franco diálogo de interaprendizaje, con la posibilidad de reconstruir lo propuesto, pero sin perder el rumbo hacia donde deseamos llegar.
- El desarrollo de los contenidos tienen una mediación pedagógica a través de herramientas adecuadas que facilitan permanentemente el diálogo, la interacción, el análisis y la interpretación de los contenidos.

Enfoque metodológico

- Abandonar la idea de un formato estático, esta es una propuesta que se desarrolla de acuerdo a las necesidades de los participantes, de acuerdo al ambiente, y de acuerdo a desarrollo de ideas y contenidos emergentes
- Reforzar la visión de la educación vinculada a la vida cotidiana. Por lo tanto el desarrollo de un módulo de aprendizaje que estimule y promueva una mejor interpretación del entorno y los contextos.
- Conocer el entorno es un desafío de todo equipo de radio, conocimiento que se construye a partir de la mirada y la visión del otro.
- Desarrollar el análisis de los contenidos a partir de los saberes anteriores, de las experiencia de los participantes, poniendo a la experiencia personal como punto de partida del proceso cognitivo.
- Estimular el desarrollo de nuevas estrategias de conocimientos a través de la elaboración de materiales que promuevan el dialogo, la participación, La motivación y por sobretodo el estimulo para transformar la realidad con preguntas, que nos estimulen a nuevas formas de pensar y de mirar el aprendizaje.
- Construir conocimientos desde las diversas realidades desde la gente y la cultura, desde los saberes locales, es abrir el espacio para preguntar, sin necesidad de cerrarse a una sola respuesta, o “aceptar el poder paralizante de la respuestas universales”, a las que nos han sometido, o esperar una única respuesta, sino muy por el contrario acoger la multiplicidad de miradas que existen.
- Promover la creación de comunidades de aprendizaje en torno a los nuevos desafíos de la radio para actualizar siempre las miradas de mundo, así como la propuesta comunicacional a la que se aspira. Tarea que nos tiene a todos como protagonistas y nos invita a “conocer”, re -conocer el mundo no sólo a través de expertos, sino a través de nuestro ejercicio diario de encuentro con las personas, con la audiencia, con las personas comunes y corrientes, que están haciendo un aporte cotidiano a esta mirada del contexto.
- Conocer y reconocerse como parte de una determinada cultura, Investigar el pasado, la historia, no para continuar haciendo lo mismo, sino para

volver a construir, para buscar nuevas alternativas, para construir el futuro desde los sueños de cada uno, mediante la planificación, la anticipación, el conocimiento de los cambios que enfrentamos como sociedad.

- Avanzar sobre el enriquecimiento de nuevas prácticas educativas en especial con relación a los procesos de individuación y socialización, pues suponemos como equipo que la forma de la educación lleva implícita la idea del respeto por el otro, y la posibilidad de diálogo para conocerse a sí mismo y conocer a los demás, en un ambiente de libertad y de aprendizaje de calidad.
- La radio la hacen las personas, no es la herramienta misma la que incide, por lo tanto la metodología debe valorar el conocimiento y la visión que cada uno tiene del trabajo y del proyecto político, y luego lograr desafíos que los unen, o los identifican. Cada uno elabora el mensaje desde su lugar de enunciación. Y la radio es la suma o la resta de esa elaboración de mensajes.
- Proyectarse, devolver a la gente la capacidad de construir su futuro, el que sueña, no el que es producto de un modelo ajeno, externo, inmediato, sino el que es posible mirar en el largo plazo.
- Identificarse con la población, producir **con ella** y no para ella, es construir un modelo de comunicación propio y con una forma que será la cara de cada proyecto político dentro del gran rostro que América Latina desea.[5]
- Buscar las estrategias que nos permitan promover y vislumbrar ese futuro como ese espacio de voluntad, de poder y con la mayor libertad posible.
- Una metodología que nos deja claro que cada taller es un nuevo descubrimiento, un nuevo aprendizaje, una nueva metodología, una nueva estrategia, siempre será algo nuevo, que nos lleve a mirar y re-mirar, a soñar y volver a soñar sin miedos.

Las primeras puntadas

La propuesta para cada uno de los módulos es la siguiente:

Propósito:
- *En esta parte, se describen:*

Objetivos:
- *Los aprendizajes que esperamos conseguir en conocimientos, actitudes y prácticas, son los resultados de aprendizajes observables y medibles.*

Ideas fuerza:
- *Los ejes sobre los cuales girará la reflexión.*

Recursos didácticos:
- *En esta parte, se exponen las herramientas necesarias que se utilizarán para llevar adelante el módulo.*

[5] Taller radio oriente, Yurimaguas, Perú.

Introducción

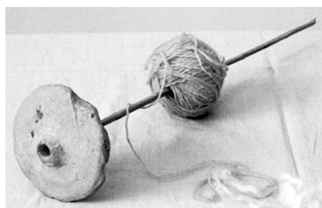
- *En esta parte, se presenta el tema de forma atractiva y provocativa planteando el contenido temático.*

Desmadejando contenidos

- *A partir de la introducción, se presentará el contenido del módulo y los desafíos que plantea para la radio o qué se hizo al respecto en la institución. Este abordaje permitirá la resolución del problema a través de la participación activa y propositiva del equipo de la emisora.*

MÓDULO “PRODUCCIÓN DE SENTIDOS”

LAS PRIMERAS PUNTADAS



Objetivos del módulo:

En esta línea, los objetivos que se plantean en este módulo son:

- *Promover la reflexión en torno a que todo evento de comunicación generado desde la cultura marca intercambios de diferentes significaciones que a su vez van promoviendo relaciones entre los diferentes sentidos de la vida.*
- *Vincular el tema con la programación de la emisora como el rostro público y visible que permite entrar en relación con la audiencia.*
- *Descubrir las razones por las cuales la audiencia le atribuye cercanía a las diferentes formas de comunicación que existen en la radio.*
- *Descubrir individualmente, como integrante de un equipo radiofónico, cómo la forma particular de ver las cosas influye en el discurso radiofónico.*
- *Desarrollar una nueva manera de encarar la producción radiofónica.*

Ideas fuerza:

- *La partida de este módulo es hablar de la comunicación y su vínculo con la cultura, donde se pueda revisar las identidades, a partir de las diferentes historias que se pueden escuchar de las personas de la radio.*
- *Lo que se busca es generar un espacio de confianza y calidez con el objeto de desnudar a la emisora a partir de su vida cotidiana y ponerla en movimiento a partir de los componentes del PPC.*

INTRODUCCIÓN

Construimos sentido desde nuestro discurso radiofónico, en él se expresa aquello que deseamos decir, imaginar, sentir en las audiencias. Este discurso se funda en el noticiero, en el programa de opinión, en las franjas musicales, en todos y cada uno de los espacios de la programación.

A través del significado que se propone desde la radio y como se lo hace, las audiencias construyen nuevos significados, de esa manera, se construyen nuevos sentidos. La reflexión que propone este módulo representa el mirar, entender y comprender las relaciones que se construyen a través de los mensajes de nuestra radio.

Este módulo está relacionado con el proceso de construcción del discurso en la radio, un discurso que tiene un sentido, una intención, que responde a una manera de ver un tema, un contenido, un acontecimiento, un valor, una costumbre. Lo que también se suele llamar el mensaje de los programas, dicho de otra manera: lo que se escucha en las radios.

Por eso, la reflexión central gira alrededor de la producción de sentido en el discurso de la radio. Este discurso que se construye en el noticiero, en el programa de opinión, en las franjas musicales, en todos y cada uno de los espacios de la programación.

El eje central de nuestra reflexión gira en torno a la preguntas Nos preguntamos

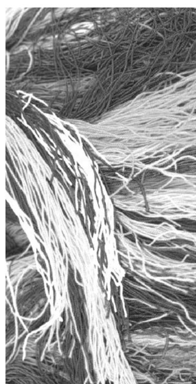
- ¿qué estamos proponiendo desde las radios?,
- ¿cuáles son los mensajes y los sentidos?,
- ¿cómo se cruzan con los significados que manejan y tienen nuestras audiencias?

A partir de este diálogo se construyen nuevos significados y se dibujan nuevos sentidos de vida.

Ese sentido construido en la radio desde la significación que se da a temas y contenidos, pone "al aire" discursos elaborados a partir de concepciones, cosmovisiones, miradas, análisis e interpretaciones individuales y colectivas del personal que opera la radio, de todas y cada una de las personas, colectivos, u organizaciones que hablan a través de la radio.

En la reflexión que propone este módulo, es muy importante mirar, entender y comprender las relaciones entre incidencia y producción de sentido, construidas en la gran cancha que demarca el proyecto político comunicativo de la radio, dentro de su escenario social de actuación.

DESMADEJAMOS



Apuntes sobre el Sentido

¿Qué cosa es el sentido?

Podríamos decir que en la propuesta de pensar el Proyecto Político Comunicativo de las Radios de ALER, aparecen por lo menos dos posibilidades de abordar el sentido.

Uno de los conceptos del sentido, en el ámbito de la comunicación, está muy asociado a la ideología y tiene que ver con que el sentido es vaciar contenidos en las audiencias, es dar conciencia, es iluminar.

Algunas épocas y tradiciones de pensamiento fundamentan en esta idea: El iluminismo en el sentido de la tradición racionalista instrumental, el

marxismo clásico, tal y como se lo interpretó en la revolución soviética, en la que la superestructura era producto directo de la estructura económica, la tradición judeo cristiana occidental con sus verdades dogmáticas, pero también algunos usos de la educación popular que partían de la idea de "un otro" sin voz.

Estas diversas tradiciones ven la realidad como una causa objetiva y capaz de ser fragmentada, dividida y analizada y en la cuál las personas y los grupos sociales aparecen de manera no compleja y son valorados previamente: son buenos o malos.

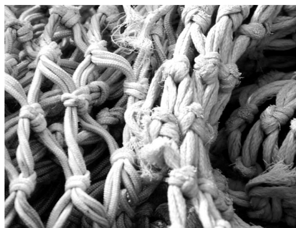
Desde este punto de vista, el foco de la atención está siempre dirigido a combatir (término de guerra: se combate al enemigo) el problema y no las causas. Por ejemplo, se trabaja con o desde los pobres para combatir la pobreza, sin embargo no se trabaja con las causas que ocasionan la pobreza, en las cuales los pobres son, por decirlo en términos cibernéticos, solo un indicador.

Es obvio que la atención en los síntomas y no en las causa no es ingenua, sino que hay acciones que invisibilizan las causas y a los actores protagónicos de dichas causas-que no son precisamente los pobres. Muchas de estas acciones han sido las iniciativas de desarrollo para América Latina planteadas desde los países del norte.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Significante*: En términos lingüísticos, el significante es un conjunto de fonemas.*

Significado: *En términos lingüísticos, se trata del contenido semántico de un signo, es decir, la representación psíquica que provoca un signo (al imagen de lápiz cuando leemos palabra lápiz).La relación entre los conceptos anteriores, es que mientras el significante es la huella sonora que provoca un signo (palabra, por ejemplo), el significado es la representación que asociamos a la misma. En el texto esta relación se usa para decir que los modos de comprensión ideológica del sentido, trabajan con los significantes, es decir, no procuran la comprensión de las representaciones, sino que imponen discursos y prácticas activadas solamente por esa huella sonora, y no por su significado.*



Poiesis*: En el texto se usa según su significado griego, es decir, como creación, específicamente una creación*

del arte. Posteriormente derivó en poesía, pero la forma de entenderla en el contexto de la propuesta de sentido, es como una creación que toma en cuenta la forma.

***Axiológico**: para designar la rama de la Filosofía que estudia la naturaleza de los valores y juicios valorativos*

***Teoría de la aguja hipodérmica**: es una teoría acerca del efecto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública, elaborada informalmente en una serie de estudios empíricos realizados a finales de los años veinte para analizar la influencia de los mecanismos de propaganda en la participación ciudadana masiva en la I Guerra Mundial. Estos estudios formaron parte de la primera ola de análisis sobre la Comunicación, íntimamente relacionados con los simultáneos desarrollos sociológicos y psicológicos sobre el concepto de masa; las conclusiones de los mismos se expresaron en las reflexiones de Harold Lasswell en Propaganda Techniques in the World War ("Técnicas de propaganda en la guerra mundial", 1927), donde afirma que la propaganda, sobre todo a través de los nuevos medios de comunicación, permite conseguir la adhesión de los ciudadanos a unos planes políticos determinados sin recurrir a la violencia, sino mediante la manipulación. Por otra parte, entiende la comunicación en términos propagandísticos como la forma más eficaz de mediación.*

De ahí que, a éste concepto subyazga la idea de que el sentido es el **significado** (lo que algo significa, el **significante** que atribuyo a un signo). Lo que cuenta es la carga valórica de la producción de sentido, lo axiológico del significado. Esta mirada del sentido desconoce también los procesos de recepción, e imagina que el discurso es cerrado y que tal como lo “emito” es recepcionado (es la teoría de la aguja hipodérmica).

Una propuesta radiofónica en esta línea creería que el sentido es la conciencia. Entonces que un programa produce sentido, en tanto sea contestatario, denunciador, contra hegemónico, etc. Lo que esta perspectiva ignora, es que hablar de la hegemonía no hace más que contribuir a su fortalecimiento y que la comunicación no es solo lo hablado, sino que todas las prácticas son comunicativas. Esta propuesta descuidaría entre otras cosas la forma, precisamente creería en la contradicción entre forma y contenido, entre ficción y realidad entre juego y trabajo.

La otra propuesta para entender más al sentido, (y con la que estamos más de acuerdo), es hablar no del sentido (porque remite o alude a una gran cosa compacta) sino de los sentidos. No es verdad que hay un solo sentido, lo que

encontramos son una pluralidad de sentidos. Entonces nos gustaría hablar de "los sentidos".

Desde esta perspectiva, los sentidos son lo que las prácticas comunicativas movilizan en mí: las preguntas que me generan, las posibilidades de hacer, las posibilidades de decir.

Los sentidos son, una gran propuesta que según mi cultura, mi educación, mi historia, toda mi subjetividad, operar en mí, son los alcances de la significación.

En éste punto, es fundamental atender a la mirada contextual. Lo que decimos se define en la subjetividad, en la cultura y también por un contexto de la práctica. La práctica impone un sentido que es el conjunto de posibilidades de significación que se relacionan con el campo en el que se juega y con las relaciones de poder determinantes en ese campo.

Desde este punto de vista una práctica radiofónica debería ser provocadora de la pluralidad de sentidos. Y si bien todas producen sentido, la diferencia seria cuál es más abierta y cual es más cerrada, cuál me permite mayores posibilidades de decir.

Una ronda informativa de la CNN por ejemplo, produce sentido. Eso es obvio pero es tan direccionalizado ese sentido, que casi no puedo moverme en esa propuesta educomunicativa.

Una obra de arte como por ejemplo El Grito de Munch, es terriblemente gráfica, como lo indica la corriente pictórica en la que se enmarca, el expresionismo. Sin embargo, produce y pone en juego los sentidos: el dolor, la desesperación, la muerte, el miedo, la alegría de la liberación, en fin, me da múltiples posibilidades de decir. Aquí ocurre lo mismo, hay un sentido práctico, una lógica de la práctica que hace que mis disposiciones para percibir esa obra tengan un límite. No hay una forma correcta de ver la obra, pero definitivamente entre las muchas formas de percibirla, si puedo interpretar aquella que es completamente errónea, y digo esto porque la "infinita multiplicación de los sentidos" solo llevaría a la imposibilidad de la comunicación.

Diríamos que una producción radiofónica orientada a la construcción de un proyecto de radio móvil, liberador y desarrollador de su comunidad, debería apelar a estos tipos de sentido; aquellos que si bien dan o tienen una perspectiva de mundo, su finalidad principal no es remitirnos a ésa mirada de mundo enunciada, sino a nuestra posibilidad de hacernos preguntas.

Pero si reflexionamos sobre el sentido, debemos ir necesariamente a la reflexión sobre la incidencia.

La primera mirada del sentido se anuda con la idea de que incidir es una forma de producir conciencia. Acorde con la segunda definición de los sentidos, a la que nosotros apostamos, la incidencia del discurso radiofónico,

o mejor dicho de la radio en la comunidad sería, en cambio, estar presente en forma significativa en el discurso público.

Incidir es ser una opción que las comunidades puedan elegir, pero no las comunidades en el sentido de totalidad monolítica, sino en el plano de lo subjetivo. Sobre incidencia

Y cuando hablamos de subjetivo, de ningún modo estamos aludiendo a la individuación o a la idea de que si es válido para uno está bien, noción que podría confundirse con una posición un poco liviana en el mundo. Lo que pensamos es que la subjetividad se construye culturalmente. El discurso es propio en el sentido de la **poiesis**, más no es propio (como si se tratara de una propiedad privada) en lo que se dice.

Cuando yo hablo y digo, por ejemplo "el problema del embarazo adolescente", estoy utilizando una construcción discursiva que ya encierra, mejor dicho evidencia una postura política respecto del tema. Además cuando yo hablo están hablando a través mío mi madre, mi abuela, el sacerdote de mi primera comunión, mis amigos del barrio, mis maestros de escuela, es decir mi comunidad, mi historia por oposición o afirmación habla en mí.

De aquí tenemos que pensar el carácter dialógico de la comunicación ,que se produce una vez que el producto comunicacional se hace público y entra en diálogo con la cultura de quién lo escucha. De ahí que podamos concluir diciendo que no nos podemos quedar solamente en el discurso, debemos proponer estrategias.

Una posibilidad es desarrollar acciones para que las persona puedan visualizar su propia cultura como talento estratégico para el desarrollo. Apelar a la estética como expresión valórica de nuestro estar en el mundo y terminar de desvincularla de lo bello, en el sentido clásico. Reconocer en la estética de las cosa la manifestación misma del ser.

¿Cómo construye sentidos la radio?

Existen temas muy importantes que pueden volverse superficiales en su versión oral; mientras una expresión ligera puede ser capaz de adquirir sentido profundo al volverse sonora. Esto significa que en boca de un radialista el mensaje se convierte en una sugerencia inteligente o en una frase fatalmente molesta. Una misma palabra resuena ocasionalmente con profundidad y dramatismo o con frivolidad y sin garra (GALL: 2005).

¿Qué cosa serían los sentidos que construyo a través de la comunicación radiofónica? Los sentidos serían un poco lo que las prácticas comunicativas movilizan en la gente: las preguntas que generan mis mensajes en los públicos, las posibilidades de hacer y las posibilidades de decir. Los sentidos son los alcances de aquello que significa para quien me escucha, una propuesta que "toca" a las audiencias según su cultura, su educación, su historia y su subjetividad.

Entonces, construimos sentidos también desde la recuperación de los códigos empíricos de las audiencias, que vienen a ser los conocimientos que ellas adquieren en sus prácticas cotidianas. También, de los códigos ideológicos, que representan las diferentes formas de ver el mundo para entenderlo.

Finalmente, nuestros mensajes tienen que ver con los códigos culturales, que se relacionan con la dimensión histórica de las audiencias, con ese entramado invisible que hace de la comunidad lo que es. (DUEÑAS: 1998)

Entonces, consideramos que la radio es un medio de comunicación donde se producen sentidos. Esos sentidos pueden disputar un espacio político que conviertan, a la radio, en una actora social.

ANUDAMOS CONTENIDOS



La comunicación es una construcción de sentidos tejida con las significaciones que le damos a la descripción, al análisis o a la interpretación del acontecer cotidiano; la construcción de sentidos implica a la cultura, a las subjetividades (afectos), al contexto y al intercambio de conocimientos con la naturaleza y con los otros.

Por lo tanto, la construcción de sentidos, como situación comunicativa, es un acto social que permite la construcción de significaciones individuales y sociales dentro del mundo cultural creando, provocando, movilizando y promoviendo diferentes intercambios e interpelaciones. Permite también la edificación de nuevas formas de pensar, de sentir y de actuar en la vida.



Recursos didácticos

Las herramientas para este proceso son:

- la escucha de sus propios productos, que se realizará para todo el equipo, con el afán de descubrir el tipo de discurso que poseen, la comunicación que establecen y la cercanía con su contexto y la cultura.
- la mirada a su pasado, al presente, al contexto y al futuro de la emisora, a través de la revisión de sus hitos históricos, del diagnóstico de su presente que visualice sus fortalezas y debilidades, y de la proyección de la radio como sueño deseado.
- el encuentro con su identidad, a través de la construcción colectiva de quienes son y hacia donde van.
- el desencuentro con la cultura y la interculturalidad, a través de "la escucha" de sus productos, para ver cómo los abordan y los reconstruyen.

Proponemos trabajar el módulo en tres momentos, cada momento puede ser una jornada de trabajo (una mañana, un día, etc.) que pueden ir juntas a manera de taller o por separado a manera de reuniones de reflexión. Las líneas de reflexión sobre la construcción de sentidos pueden ser:

- Volver al contexto: Se trata de regresar nuestra mirada radial hacia fuera, nuestro ambiente que nos rodea, es decir, el contexto. Si la radio ya lo vio, hay que volver a él con otros ojos y releerlo.
  Ese retorno al contexto permitirá reafirmar y afinar la relación con el espacio y con la comunidad desde la cultura; de esa manera, se sitúan las relaciones comunicativas que establece la radio.
- Abrir los sentidos: Se trata de trabajar con el equipo de la emisora con quienes realmente se relaciona y cómo lo hace. En ese registro, habrá que poner énfasis en las maneras y en las relaciones significativas, pues esto influye en la construcción de sentido.

  En esta línea, habrá que tomar en cuenta:

  - Los modos como se establecen las relaciones comunicativas, desde dónde nos comunicamos, cómo estamos dando significado a la vida cotidiana, desde que ideas, principios, valores, teorías, concepciones, cosmovisiones, creencias…
  - Los modos de narrar la vida cotidiana de la gente, en la práctica radiofónica ¿Cómo nos involucramos?
  - Los modos de expresión de la gente que se visibilizan en la radio y sus vivencias.

- Revisar la programación de la radio: Hay que analizar, detenidamente, si nuestra emisora construye sentidos desde cada uno de los programas que posee.

aler
en el mundo desde nuestro mundo

Matriz para trabajar producción de sentidos

Contenidos	Propósitos	Actividades	Herramientas y materiales
Momento 1: **Mirando los sentidos en la cultura** • Qué se entiende por sentidos • Diálogo de sentidos • Vivencias en el contexto • Reflexionar sobre la palabra sentido. • Asociar sentido con significación, con emoción. • Sentido y aprendizaje.	Identificar la diversidad de modos de pensar, de sentir y de hacer. Confirmar que lo que produce sentido para unos no lo produce para otros.	1. Pueden seleccionar una de las tres actividades: ▪ Invitar a participantes a narrar un hecho de su vida cotidiana que considera significativa en su vida. ▪ Narrar o describir que cosas le producen o dan sentido a sus vidas cotidianas. ▪ Identificar una película, libro, poesía, canción que le haya emocionado. (lo ideal es tener dicha canción o narrar alguna parte del libro, o de la película seleccionada) 2. Analizar en conjunto: ▪ Por qué fue significativo el hecho ▪ Por qué estas cosas le producen sentido ▪ Por qué razón se emocionan con una película, libro poesía, canción.	▪ Material para narraciones ▪ cartones de colores ▪ papelotes de colores ▪ pincelotes, etc.
Momento 2. **El sentido en la radio** Cómo se construye sentidos en la radio	Reflexionar sobre: Los modos como se establecen las relaciones comunicativas, desde dónde nos comunicamos, cómo estamos dando significado a la vida cotidiana, desde que ideas, principios, valores, teorías, concepciones, cosmovisiones, creencias… Los modos de narrar la vida cotidiana de	1. Analizar la programación de un día, previamente los y las participantes del taller deberán haber escuchado ese día de programación. Se deberá tener una programación impresa para cada participante. 2. En grupo construir un mapa de los sentidos de nuestra radio elaborar un mapa de la ciudad. Supongamos que la parrilla programática de la radio es la única información que tenemos para conocer el pueblo, o la ciudad donde está ubicada la radio. Analizando la programación queremos que nos indiquen en un mapa creativo, que contemple el máximo de información de manera simple, entretenida, y respondiendo las siguientes inquietudes: ▪ ¿Cómo está conformada la población de la ciudad? ▪ ¿Quiénes la habitan?	▪ La parrilla programática, impresa. ▪ La programación de un día o dos grabada ▪ Papelotes ▪ Marcadores

<table>
<tr><th>Contenidos</th><th>Propósitos</th><th>Actividades</th><th>Herramientas y materiales</th></tr>
<tr><td></td><td>la gente, en la práctica radiofónica ¿Cómo nos involucramos?

Los modos de expresión de la gente que se visibilizan en la radio y sus vivencias.</td><td>▪ ¿Qué roles tienen en la ciudad estos habitantes?
▪ ¿Qué problemas tienen los habitantes
▪ ¿Qué logros han alcanzado?
▪ ¿Qué desafíos tienen?
▪ ¿Qué piensan en general estos habitantes, de la vida cotidiana?

3. En plenaria trabajar el desarrollo de cada mapa, preguntado las razones de su elaboración y cómo fueron descubriendo las diversas preguntas.
▪ ¿Cómo se sintieron realizando la actividad?
▪ ¿Qué es lo que más les costó?
▪ ¿Hubo preguntas que no encontraron respuestas?, ¿por qué?
▪ ¿Cómo es la programación de la radio?
▪ ¿Sirve para orientarse en la ciudad?
▪ ¿Qué programas o espacios tienen mayor sentido para la audiencia?
▪ ¿Cómo se puede significar en la radio?
▪ ¿Cómo se puede emocionar en la radio?</td><td></td></tr>
<tr><td>Momento 3
Parte 1
Los mensajes significativos que rondan el pueblo

Los sonidos son:
• Las ideas
• Las emociones
• Lo valores
• Las miradas
• Las cosmovisiones</td><td>Analizar la forma como las expresiones radiofónicas forman los sentidos y estos a su vez, forman la PPC</td><td>1. En grupo: seleccionar de la parrilla programática un sonido, que represente un tema. Puede ser una marca, una promoción, un programa, un espacio de continuidad, etc.

2. En grupo: Analizar este sonido:
¿Qué sonido es?, describirlo
¿Qué ideas promueve este sonido?
¿Qué emociones provoca?
¿Qué ideas de mundo representa?

Completar el cuadro para compartir en plenario

<table><tr><th>Sonido</th><th>Emociones</th><th>Ideas</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table></td><td>• Parrilla programática impresa.
• Grabación de un día de programación.
• Hojas y papelotes con el cuadro para llenar y compartir en plenario.</td></tr>
</table>

Contenidos	Propósitos	Actividades	Herramientas y materiales
		3. En plenaria: Analizar las diversas miradas sobre los sonidos. Establecer que no todos los sonidos representan lo mismo Discutir sobre qué deben tener en cuenta los productores a la hora de producir sentidos. Reflexionar sobre la importancia de un sonido en la programación total y en el proyecto político y comunicacional de la radio.	
Momento 3 **Parte 2**: **Cómo emocionamos con el discurso?**	Analizar la forma como las expresiones radiofónicas forman los sentidos y estos a su vez, forman la PPC	1. En grupo: seleccionar una emoción que queremos transmitir en la radio. 2. Escribir un pequeño guión, para ver como sonaría esta emoción. En plenario: intercambiar idea sobre los guiones para que todos puedan evaluar dicho guión, antes de producirlo. 3. Invitarlos a grabar sus microprogramas. 4. Evaluar en plenario sobre el logro del objetivo del microprograma	• Papel • Computadoras para escribir guiones u hojas de papel suficientes • Estudio de grabación disponible o grabadoras
Momento 4 **Los perfiles de nuestra audiencia** ¿Con quiénes hablamos y de qué hablamos con ellos, con ellas? ¿Con quiénes debemos hablar?	Identificar cómo se construye la relación entre la programación y la audiencia Reflexionar sobre los sentidos que se van construyendo con la audiencia	1. Cada grupo selecciona un programa y reflexiona las siguientes preguntas: ¿Quién es la audiencia de ese programa? ¿Cómo son sus rostros, sus edades, su vida cotidiana? ¿Hombres? ¿mujeres? ¿Cuáles son sus preocupaciones, sus sueños? ¿Dónde viven? ¿Qué les cautiva del programa? ¿De qué manera están presentes en el programa? ¿De qué manera se manifiesta la relación entre el programa y su audiencia? 2. En plenaria se expone el trabajo realizado en grupos y se concluye discutiendo sobre las siguientes preguntas: ¿La reflexión sobre las audiencias de los programas corresponde a la visión de audiencia que tiene la radio? ¿Qué audiencias se han privilegias? ¿Por qué? ¿Quiénes han quedado fuera?	• La parrilla programática impresa y el audio de la programación de un día de radio

Contenidos	Propósitos	Actividades	Herramientas y materiales
		¿Qué relación tiene el conjunto de la radio con su audiencia? ¿Qué sentidos está construyendo la radio con su audiencia?	
Momento 5 **Qué sentidos construimos a través de los discursos**	Identificar desde dónde nos comunicamos, cómo estamos dando significado a la vida cotidiana, desde que ideas, principios, valores, teorías, concepciones, cosmovisiones, creencias…	1. Como tarea anterior a la reunión, se pide a los y las participantes del taller que leen los materiales anexos: • Reflexiones sobre tema Diversidad: De género, De edades (niñas, niños, jóvenes, 3era edad), De sexo, De Razas, de Etnias: • Miradas sobre lo Inacabado. • “Nuevos Retos” • Jóvenes: Comunicación e Identidad 2. Con estos insumos cada persona escribe tres cosas que le gustaría que la radio no comunique, cada una de ellas en una tarjeta distinta. 3. En plenaria se leen las tarjetas 4. En grupos, cada grupo selecciona al azar un programa cualquiera y reflexiona sobre el discurso que el programa propone ¿Qué comunica el programa? ¿Qué principios? ¿Qué reflexiones culturales, políticas, económicas? ¿Qué sentidos promueve el programa? 5. En plenaria se comparte lo trabajado por los grupos y se compara con la lluvia de ideas de lo que no se quiere comunicar.	• Copias de los anexos para cada uno de los participantes • Tarjetas (3 para cada participante) • Marcadores • Papelotes

Bitácora de ALER Febrero 2006, texto de Judith

ANEXOS

Anexo 1
Reflexiones sobre tema Diversidad:
de género, intergeneracional, de sexo, de etnias

Entendemos al género como la construcción cultural de la diferencia sexual.

Creemos que hablar de género nos remite, a veces, a un modelo de heterosexualidad compulsiva. Entonces el punto será apelar a este tema proponiendo revisar las relaciones que se construyen en la radio / centro/red, y que tiene que ver eso con el género, pero trabajarlo desde las relaciones y desde los roles, desde qué hace quién. Cuando los grupos trabajan las relaciones y "descubren " que detrás de los roles y las relaciones establecidas hay marcas de género: las mujeres producen, los hombres dirigen, los jóvenes son inmaduros, los niños tienen necesidades pero nunca salen a aire en nuestra radio o no son tenidos en cuenta en nuestras prácticas, los homosexuales son homosexuales antes que periodistas, etc..

Anexo 2
Selección de Documentos

Miradas sobre lo Inacabado

"… hay códigos experienciales, culturales e ideológicos. Los primeros tienen que ver con las vivencias de aquellos con los que queremos comunicarnos, con los conocimientos que adquieren en sus prácticas cotidianas. Cualquier ejercicio de reflexión que intentemos intercambiar con otros actores debe retomar el universo cognitivo de los actores con los que trabaja. Debe poder adaptar el contenido de nuestro mensaje a las expectativas y los horizontes de los receptores a partir de sincronizar con la lógica y la dinámica de la rutina de la vida de los participantes. No existen temas difíciles que no puedan tratarse con "otro", lo que muchas veces existe son codificaciones equivocadas que no consideran la dimensión experiencial de los lenguajes que se usan.

Los códigos culturales tienen que ver con la dimensión histórica, con ese entramado invisible pero presente que hace que una comunidad sea lo que es y no otra cosa, su historia, sus espacios, sus mitos, sus leyendas, sus héroes anónimos, sus ídolos artísticos, etc. El color de la vida, en palabras de Gabriel Kaplún, eso que matiza los encuentros y que se rehúsa a ser caratulado de modo certero.

Por último los códigos ideológicos que podemos entenderlos como formas de ver el mundo, de construirse el mundo para el entendimiento. Esta es la dimensión de los códigos que exige por parte del educomunicador un esfuerzo

de empatía, que no significa concesión, que no acepta como irrefutable el punto de vista del otro sino que parte de este para generar un diálogo con vistas a establecer puntos de encuentro, convergencias, comprensión mutua y sobretodo que asienta la base a partir de la cual se van a generar reconceptualizaciones que permitan abrir el mundo a nuevas perspectivas, que abriguen la posibilidad de moldear prácticas novedosas con el fin de transformarlo.

Todos los códigos tienen una fuerza instituyente e instituida que debe ser retomada en los encuentros para ponerlas a disposición de un enlace de acciones productivas donde se generen experiencias nuevas a partir de la recreación de lo viejo, de lo ya establecido. Como ejemplo de esto Kaplún cita las potencias que facilitan las operaciones de decodificación activada (el uso de metáforas y metonimias con que una comunidad o grupo realiza asociaciones ligadas a su memoria cultural y a sus imaginarios que sirven para escapar a la linealidad de los mensajes y para que estos aludan a palabras, imágenes, historias que están muy ligadas afectivamente a la comunidad con la que trabajamos). Con igual finalidad productiva actúa la coyuntura cultural, como aquel rasgo que hace a la coyuntura de la vida comunitaria que no es sólo su realidad política o económica (puede ser una fiesta típica, un ritual, una fecha de homenaje, o un evento esperado en la comunidad) y que bien puede disparar una reflexión colectiva. Los eventos culturales deben ser enfocados desde una óptica política para ponerlos al servicio de un trabajo de reflexión colectiva que ayude a comprenderlos desde el punto de vista de la incidencia que tienen en la vida cotidiana de la comunidad y en los problemas vitales que esta presenta.” (Emanuel Gall - Agencia Conosur – DPA 2005)

Nuevos Retos

“Los procesos que conforman la globalización imponen nuevos retos a los que piensan y promueven la comunicación alternativa. Una consigna muy popular entre las ONGs actualmente es la que nos interpela a Pensar Globalmente y Actuar Localmente. Desde las ONGs en América Latina y el Caribe, la reflexión en torno a esta consiga genera una serie de interrogantes que se pueden clasificar en tres ejes.

Primer eje. ¿Cómo podemos, desde la comunicación alternativa, pensar globalmente y actuar localmente? Más concretamente, ¿qué significa la globalización para las tareas organizativas de las ONGs? ¿Cómo podemos insertarnos en los debates en torno a los significados de la globalización de modo que ésta refleje los intereses de los sectores marginados? ¿Cómo podemos continuar fortaleciendo la globalización desde abajo?

Segundo eje. ¿Qué significa la globalización para la conformación de la realidad social? En otras palabras, ¿qué ha cambiado desde aquel momento en que Gittlin nos describía - a principios de los años 80 - el rol central de los medios en la definición de la realidad social? Por ejemplo, el surgimiento de la Internet, ¿crea nuevos espacios de hegemonía o contrahegemonía, o simplemente añade al monopolio de la producción simbólica que nos describió Gittlin? Las experiencias de grupos ambientales en América Central citados

por Annis (1991) y aún más las experiencias del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) con la Internet nos sugiere que éste es un nuevo espacio de lucha. Pero, si definimos a la Internet como uno de los espacios privilegiados de la globalización, y por ende como un nuevo espacio de lucha, de espacio para la comunicación alternativa, ¿qué significa esto para las prácticas artesanales - la participación en comunicación alternativa de sectores con poca educación formal (los que son doblemente analfabetas - lenguaje escrito y lenguaje de computadora)? Además, ¿qué significa esto para los otros espacios de comunicación alternativa como la radio, la prensa, la televisión y el video?

Tercero eje. Si desde las ONGs definimos la globalización con énfasis en la regionalización, ¿qué significa esto para nuestros esfuerzos de organizar localmente? ¿Sufren o se fortalecen? En nuestros esfuerzos por establecer vínculos con otras ONGs fuera de nuestros países, ¿se está sacrificando el tiempo que le dedicábamos a organizar localmente.

Estas y muchas otras preguntas que se desprenden de lo que se ha presentado, se pueden explorar desde las dimensiones de comunicación alternativa que nos ofrece Diego Portales (citado en Santa Cruz, 1985). Para este autor la comunicación alternativa se constituye a través de dos dialécticas: la articulación de flujos de comunicación horizontal y comunicación vertical; la articulación entre producción artesanal y producción profesional. En esta época de globalización, tenemos que añadir un tercer proceso, una tercera dialéctica: la articulación entre lo global (entendido como lo regional o mundial) y lo local.” (Globalización y comunicación alternativa de Maximiliano Dueñas Guzmán. Página web de WACC Alternative Internet Guide - Maximiliano Dueñas Guzmán. *En La Iniciativa de Comunicación desde marzo 16 2003).*

Jóvenes: Comunicación e Identidad

“En su libro, Margaret Mead escribe: "nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud, nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que ésta significa. Los jóvenes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo. Debemos aprender junto con los jóvenes la forma de dar los próximos pasos; Pero para proceder así, debemos reubicar el futuro. A juicio de los occidentales, el futuro está delante de nosotros. A juicio de muchos pueblos de Oceanía, el futuro reside atrás, no adelante. Para construir una cultura en la que el pasado sea útil y no coactivo, debemos ubicar el futuro entre nosotros, como algo que está aquí listo para que lo ayudemos y protejamos antes de que nazca, porque de lo contrario, será demasiado tarde"2.

Lo que ahí se nos plantea es la envergadura antropológica de los cambios que atravesamos y las posibilidades de inaugurar escenarios y dispositivos de diálogo entre generaciones y pueblos. Para ello la autora traza un mapa de los tres tipos de cultura que conviven en nuestra sociedad. Llama postfigurativa a

la cultura que ella investigó como antropóloga, y que es aquella en la que el futuro de los niños está por entero plasmado en el pasado de los abuelos, pues la matriz de esa cultura se halla en el convencimiento de que la forma de vivir y saber de los ancianos es inmutable e imperecedera. Llama cofigurativa a la que ella ha vivido como ciudadana norteamericana, una cultura en la que el modelo de los comportamientos lo constituye la conducta de los contemporáneos, lo que le permite a los jóvenes, con la complicidad de su padres, introducir algunos cambios por relación al comportamiento de los abuelos. Finalmente llama prefigurativa a una nueva cultura que ella ve emerger a fines de los años 60 y que caracteriza como aquella en la que los pares reemplazan a los padres, instaurando una ruptura generacional sin parangón en la historia, pues señala no un cambio de viejos contenidos en nuevas formas, o viceversa, sino un cambio en lo que denomina la naturaleza del proceso: la aparición de una "comunidad mundial" en la que hombres de tradiciones culturales muy diversas emigran en el tiempo, inmigrantes que llegan a una nueva era desde temporalidades muy diversas, pero todos compartiendo las mismas leyendas y sin modelos para el futuro. Un futuro que sólo balbucean los relatos de ciencia-ficción en los que los jóvenes encuentran narrada su experiencia de habitantes de un mundo cuya compleja heterogeneidad no se deja decir en las secuencias lineales que dictaba la palabra impresa, y que remite entonces a un aprendizaje fundado menos en la dependencia de los adultos que en la propia exploración que los habitantes del nuevo mundo tecno-cultural hacen de la imagen y la sonoridad, del tacto y la velocidad.

Además de "la esperanza del futuro", los jóvenes constituyen hoy el punto de emergencia de una cultura otra, que rompe tanto con la cultura basada en el saber y la memoria de los ancianos, como en aquella cuyos referentes aunque movedizos ligaban los patrones de comportamiento de los jóvenes a los de padres que, con algunas variaciones, recogían y adaptaban los de los abuelos. Al marcar el cambio que culturalmente atraviesan los jóvenes como ruptura se nos están señalando algunas claves sobre los obstáculos y la urgencia de comprenderlos, esto es sobre la envergadura antropológica, y no sólo sociológica, de las transformaciones en marcha. …

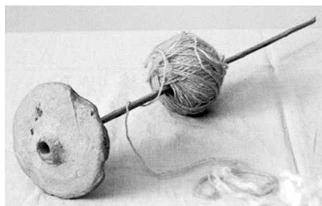
…. Abarcando la educación expandida por el ecosistema comunicativo y la que tiene lugar en la escuela, el chileno Martín Hopenhayn traduce a tres objetivos básicos los "códigos de modernidad"15. Esos objetivos son: formar recursos humanos, construir ciudadanos y desarrollar sujetos autónomos. En primer lugar, la educación no puede estar de espaldas a las transformaciones del mundo del trabajo, de los nuevos saberes que la producción moviliza, de las nuevas figuras que recomponen aceleradamente el campo y el mercado de las profesiones. No se trata de supeditar la formación a la adecuación de recursos humanos para la producción, sino de que la escuela asuma los retos que las innovaciones tecno-productivas y laborales le plantean al ciudadano en términos de nuevos lenguajes y saberes. Pues sería suicida para una sociedad alfabetizarse sin tener en cuenta el nuevo país que productivamente está apareciendo. En segundo lugar, construcción de ciudadanos significa que la educación tiene que enseñar a leer ciudadanamente el mundo, es decir tiene que ayudar a crear en los jóvenes una mentalidad crítica,

cuestionadora, desajustadora de la inercia en que la gente vive, desajustadora del acomodamiento en la riqueza y de la resignación en la pobreza. Es mucho lo que queda por movilizar desde la educación para renovar la cultura política, de manera que la sociedad no busque salvadores sino genere sociabilidades para convivir, concertar, respetar las reglas del juego ciudadano, desde las de tráfico hasta las del pago de impuestos. Y en tercer lugar la educación es moderna en la medida en que sea capaz de desarrollar sujetos autónomos. Frente a una sociedad que masifica estructuralmente, que tiende a homogeneizar incluso cuando crea posibilidades de diferenciación, la posibilidad de ser ciudadanos es directamente proporcional al desarrollo de los jóvenes como sujetos autónomos, tanto interiormente como en sus tomas de posición. Y libre significa jóvenes capaces de saber leer/descifrar la publicidad y no dejarse masajear el cerebro, jóvenes capaces de tomar distancia del arte de moda, de los libros de moda, que piensen con su cabeza y no con las ideas que circulan a su alrededor.

Si las políticas sobre juventud no se hacen cargo de los cambios culturales que pasan hoy decisivamente por los procesos de comunicación e información están desconociendo lo que viven y cómo viven los jóvenes, y entonces no habrá posibilidad de formar ciudadanos, y sin ciudadanos no tendremos ni sociedad competitiva en la producción ni sociedad democrática en lo político.” (Jóvenes: Comunicación e Identidad, Jesús Martín-Barbero)

MÓDULO “ESTÉTICA”

LAS PRIMERAS PUNTADAS



Objetivos del módulo:

Los objetivos que se plantean en este módulo son:

- Identificar colectivamente las diversas formas de expresión originadas desde la cultura y desde la identidad de los pueblos donde está ubicada la emisora.
- Vincular el tema con la cultura, las formas de expresión y el estar éticamente en el mundo.
- Apreciar y entender los diversos tipos de belleza que se construyen desde un intercambio cultural dinámico y relacionado, y no desde los estereotipos y los modelos impuestos.
- Desarrollar una nueva manera de hacer producción.
- Generar procesos creativos para ampliar la mirada de lo estético y aprender de la cultura y del contexto para expresar, por las ondas electromagnéticas, nuevas formas.

Idea fuerza:

- En este módulo el eje de la reflexión estará en torno al vínculo entre la cultura con lo estético, eso significa cómo a través de la cultura se va construyendo la expresión de las formas.

INTRODUCCIÓN

La idea de estética es vista desde diferentes miradas, hay quienes la acercan más a las emociones y al placer sensorial relacionada con una perspectiva artístico individual, y quienes la ubican en el plano exclusivo de la publicidad, donde se termina comprando un envoltorio en vez de un producto necesario.

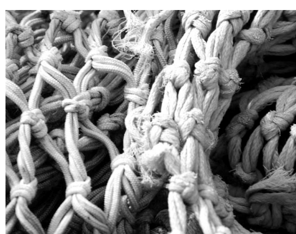
Sin embargo, para comenzar este nuevo camino, consideramos que la estética se refiere a una **construcción social en continua creación y recreación**, eso significa que no es algo estático o una simple repetición o reproducción de formas y sentidos, sino la representación misma del poder de la naturaleza y el ser humano para crear formas.

Por lo tanto, la estética son las formas de expresión que se originan y pasan por la cultura y la identidad de un pueblo, y que representa los sentires y las maneras de estar éticamente en el mundo. De esta manera, la experiencia

estética se define en relación a lo vivido, a lo subjetivo; por lo tanto, no se despersonaliza del sujeto.

Hablar de estética en la radio va más allá de nuestras concepciones "tradicionales" sobre este concepto. Eso significa que cuando hablamos de lo estético inmediatamente lo relacionamos con lo bello, pero ¿qué será lo bello? Pues, una construcción social y cultural.

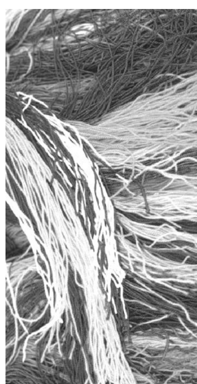
Lo estético no se reduce a esa construcción hegemónica por lo bonito, sino que representa un campo abierto donde se reorganizan los espacios culturales y se introducen otros parámetros para redefinir lo bello y ampliarlo a las formas de expresión.



LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Estética: *es una construcción social en continua creación y recreación, es la representación misma del poder de la naturaleza y del ser humano para crear formas.*

DESMADEJAMOS



¿Estética y Cultura van de la mano?

"*El significado estético se encuentra impreso en la conciencia colectiva de las personas y lleva a grupos humanos, que comparten la misma cultura en un determinado tiempo, a sentir placer perceptual ante determinados objetos visuales o acústicos. Si bien es cierto que existen significados estéticos personales que no coinciden con los colectivos, eso no modifica la conciencia colectiva al menos en muy largos períodos*" (Sanguineti. 2001).

De esta manera, podríamos reconocer una especie de percepciones colectivas que se propagan por la tradición oral, visual o kinésica. En este sentido, "*un objeto de arte es un objeto reconocido como tal por el grupo*" (Mauss). Dicho reconocimiento se produce en un espacio cultural determinado.

El proceso de creación colectiva implica una organización, un espacio de desarrollo, un reconocimiento, un tiempo y una sustentabilidad social y económica.

Entonces, lo estético se relaciona con la cultura porque está compartida por miembros del mismo grupo cultural y porque ambas son dinámicas. Esto significa que no podemos dejar de lado los elementos que identifican,

culturalmente, a una persona de otra. Nos referimos a su historia, su memoria, la relación con los otros, sus facultades, su proyecto de vida y su espiritualidad.

Como se puede ver, al existir una creación diaria de pensamientos y de cultura a través de la relación que una persona o un grupo tiene en el mundo, tenemos que estar atentos en la construcción de distintas estéticas y en cómo son reconocidas en nuestra propuesta comunicativa de la radio.

¿Estética radiofónica?

Uno de los ejes centrales de la propuesta de formación de ALER plantea **abordar el tema de la estética como la forma que comunica**. ¿Qué queremos decir con esto? Implica que todo lo que empleamos en el discurso radiofónico (efectos sonoros, palabras, silencios, música, el tipo de personas elegidas para las entrevistas, el orden de las apariciones, los comentarios, las editoriales, los actores- ancianos, niñas, niños, jóvenes, mujeres, homosexuales-, los tipos de temas, los posicionamientos) **todo comunica y propone**. De tal manera que el modo en el que comunicamos no puede ser un recurso. No podemos seguir refiriéndonos a la estética como **lo bello**, como el recurso para rodear la noticia para vestir la radio. Jesús Martín Barbero propone "*no confundir lo estético con la mirada "romántica" que lo vincula únicamente con lo bello, sino reconocer que en éstos saberes entrañan las formas de lo expresivo" (*Martín Barbero, 2003*)*. Si de verdad se quiere incidir, se tendrá que reconocer que la forma comunica y que la estética de nuestros discursos tendría que posibilitar el movimiento, provocar preguntas, detonar sentidos.

El sonido, en nuestra actividad diaria, representa el recurso expresivo que poseemos para elaborar ideas, emociones y valores, y para llegar al otro provocándole, afectándole o inquietándole; es decir, podemos construir maravillas y también pesadillas.

Ahora bien, en la radio existen otras formas de expresión; estas formas son entendidas como las maneras de representación que construyen las personas, ubicadas dentro de un grupo social, y que las constituyen culturalmente.

Las formas de expresión que hay que tomar en cuenta en nuestro trabajo radial y que distinguen a los grupos culturales son:

- *La oralidad*: como la forma de comunicarse a través de la palabra, donde los signos se verbalizan para construir el mensaje que relaciona con otros. Es más informal y no requiere de un conocimiento estricto del lenguaje. Ocurre más rápidamente que otras formas de expresión.
- *La sonoridad*: como las formas y ritmos de narrar, de ambientar acústicamente, de reconocer ritmos musicales y distinguir entonaciones que hacen sentido en diferentes culturas. Estamos llamados a mirar lo sonoro desde los imaginarios sonoros de las audiencias, desde las expresiones culturales que van más allá de la radio como fuentes de la creación radiofónica.

- *Lo visual*: como el recurso radiofónico de crear imágenes a través del lenguaje radiofónico.
- Los ritos: Son las conceptualizaciones individuales que, consensuadas colectivamente, forman parte de una expresión de una comunidad determinada.
- Lo simbólico: Existen también otras maneras de expresión que pasan por el lenguaje ritual (serie de espacios comunicativos) y por su imaginario; también, por la manera de cómo la persona se sitúa en su cultura desde sus valores.

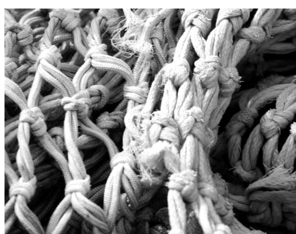
Cualquier producto de la radio puede ser estético, un informativo, una cuña educativa, etcétera. Al utilizar plena y expresivamente todos los recursos radiofónicos, captamos y conservamos la atención de los oyentes, impresionándolos emotiva y sensorialmente para proporcionarles un deleite perceptual. Así que para darle movimiento a la radio no hay que dejar de lado la estética.

Estético sin olvidar lo ético

Tenemos que reconocer que muchas veces se esconden contenidos ideológicos monstruosos detrás de estructuras estéticas. **Lo ético, el estereotipo y lo bello:** Definir lo bello desde el intercambio cultural dinámico y relacional; no desde el estereotipo o modelos impuestos. En esos casos, tenemos que distinguir que la responsabilidad de que esto ocurra no es el potencial estético del lenguaje sonoro, sino exclusivamente del emisor y de su intencionalidad.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Lo ético: *Lo ético son los valores que configuran la convivencia social; por lo tanto, son acordados por un colectivo. El sentido de lo ético como acción de reconocimiento, de respeto, de permisividad para la expresión diversa…para lo multicultural, para lo pluricultural en relaciones interculturales respetuosas y no exentas del conflicto constituye los valores que configuran la convivencia social y que son acordados por un colectivo.*



El estereotipo: *es un concepto de grupo, algo que comparte un grupo, se construye uniformidad sobre su contenido. Refiere a los rasgos característicos, suelen ser descripciones subjetivas. Los estereotipos se constituyen en sistema selectivo de organización cognitiva y es un aspecto del pensamiento humano. El*

estereotipo es un elemento que desfigura la estética en la comunicación.

Esto se relaciona directamente con nuestra ética como radialistas. No olvidemos que lo ético constituye los valores que configuran la convivencia social y que son acordados por un colectivo. Por lo tanto, debemos tener cuidado en la construcción de mensajes con contenidos éticos y dejar de lado aquellos con contenidos perversos, pues ambos alzan vuelo a través de la forma.

Es ética también la manera de cómo se construye lo bello desde el intercambio cultural. Es decir, existen estéticas subterráneas que son excluidas y marginadas de esa construcción dinámica y relacional entre la cultura. Eso significa que hay que ir más allá del estereotipo o desde modelos impuestos.

Entonces, hay que reconocer el desarrollo constante de nuevas estéticas que suponen formas expresivas (suburbanas, migrantes e indígenas), donde se edifican también nuevos saberes estéticos relacionados a la sensibilidad, saberes que fueron relegados al campo de la imaginación o de la magia.

ANUDAMOS CONTENIDOS



La estética representa las formas de expresión que se originan y pasan por la cultura y la identidad de un pueblo, y que constituyen los sentires y las maneras de estar éticamente en el mundo.

Existen múltiples y plurales expresiones estéticas de la vida, de la cultura de cada pueblo, de cada comunidad, de cada grupo humano que construya diariamente cultura; que construya diariamente pensamiento, sentimiento y acción cotidiana.

Si de verdad se quiere incidir, se tendrá que reconocer que la forma comunica y que la estética de nuestros discursos tendría que posibilitar el movimiento, provocar preguntas, detonar sentidos.



Recursos didácticos

Las herramientas adecuadas para la exploración de este módulo son:

- *lo cercano* es más bonito, la representación de lo estético se edifica a través de la cultura; entonces, con pinturas, esculturas y producciones sonoras de diferentes culturas, se irá armando lo estético para el equipo de la radio.

- *lo de adentro* es lo que expreso hacia fuera, las producciones radiofónicas de la radio ¿qué estética poseen? ¿cómo se construyen? Entonces analicemos nuestros productos.

- *el más allá* de lo estético, las expresiones que se manifiestan desde los productos de la radio ¿cómo son?, cómo recuperamos y diversificamos lo estético en la radio, como una integralidad y no como algo exclusivamente bonito.

Matriz para trabajar la estética

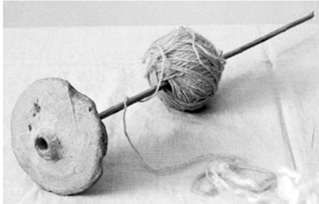
Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
Momento 1: **La cultura como cosmovisión dinámica y escenario de la estética.** 1. La estética como construcción cultural: Todas las formas posibles y de expresiones de la cultura. 2. Formas de expresión. Qué decimos en la radio, de quien, y como lo decimos. 3. Los mensajes que circulan en la radio y en el entorno.	Reflexionar sobre los procesos sociales y la cultura como cambio y movimiento. Debatir sobre la capacidad de la emisora para reconocer esos movimientos del contexto.	1. Concentrando la mirada en el contexto de la radio, en su territorio, en sus pobladores seleccionar un grupo que: • represente algún sector que • la radio crea conocer • sepa de su identidad y lo que buscan con su organización. (ejemplo grupo musical, ancianos, niños, homosexuales, etc.) 2. Hacer una presentación al plenario de ellos y compartir con el resto del grupo, quienes son y que buscan, qué hacen, que idea se tiene de ellos 3. Visitar al grupo seleccionado y mediante una simple pauta de preguntas, pedirles que armen la imagen y lo que ellos quieren proyectar a la comunidad. 4. En plenario presentar las imágenes que se recogieron en terreno, mediante la visita al grupo, o a las personas que lo integran. 4.1.-Comparar la primera imagen que se presentó antes de salir a visitarlos con la actual. 4.2.-Comparar lo que sabíamos de ellos y lo que sabemos ahora, ¿qué ha cambiado? ¿Porque los cambios? 4.3.- ¿Qué cosas inciden al proyectar una imagen determinada? 4.4.-Que decimos de ellos en la radio? Para terminar se puede pedir a los participantes dos productos: - narración mediática de la experiencia vivida. - producción radiofónica de la percepción del grupo analizado	• Grabadora • Cámara fotográfica • Papelotes • Marcadores • Reproductor de sonido

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
Momento 2 **La estética expresión de responsabilidad social** 1. Representación de sentires: - identidad (cercanía) - formas de pensamiento (ritmos y lógicas). 2. Lo ético, el estereotipo y lo bello	Dimensionar las diversas entradas de estética que existen dependiendo del entorno cultural	1. El análisis de un film A partir de película Shroeck se trabaja lo bello, estereotipo y lo ético. Se pasa cortometraje de película o escenas de la Nº 1. Luego se trabaja en grupo con preguntas y tarjetas: 1. ¿Qué representa shroechk? ¿Qué la princesa? 2. ¿Qué propuesta de belleza nos planeta la película? 3. ¿Qué decisiones y expresiones en los personajes revelan opciones estéticas? En plenaria se comparte lo trabajado por el grupo Facilitador propone discutir las diversas entras de lo estético y se llegan a conclusiones colectivas.	• Película Shroeck • Equipo de video • Pauta de análisis • Material para presentaciones creativas, desde papelotes, disfraces, pintura
Momento 3: **Lo ético, el estereotipo y lo bello** La identidad y la estética La expresión de los sentimientos: de agresión discriminación, exclusión, e incomprensión Autoconocimiento y la expresión de valores. La expresión de situaciones reales atravesadas por conflictos de valores y estéticos. Como expresamos estos conflictos en la radio.	Reconocer diferentes puntos de vista, opiniones, sentimientos o intereses, ante un mismo hecho. Analizar actitudes y comportamientos, ponerse en el lugar del otro	El análisis de un cuento Hacer el análisis de acuerdo a los siguientes temas: 1. Narración personal y en pequeños grupos sobre: • El patito feo en la vida personal. • El patito feo en la sociedad 2. En plenario : construir un texto colectivo sobre el tema. 3. Cada grupo elabora un material creativo a cerca de los siguientes temas: • Los deseos de ser aceptada por la aldea. • El instinto de supervivencia. • El temor al castigo. • El amor instintivo, la protección En plenaria se comparten los trabajos de los grupos, se hace una ronda de comentarios y se cierra este momento con un debate sobre Los discursos que elabora la radio en torno a los que se dicen diferentes, o son diferentes. Los estereotipos que usamos en la radio.	• Impreso del cuento: “El patito feo” (Mujeres que corren como lobos) • Materiales para elaborar material creativo • Papel • Cartulinas • Revistas • Cabina de grabación tal vez los grupos se animen a hacer una producción radiofónica sobre los temas propuestos)

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
Momento 4: **El discurso radial ¿estético y ético?** Los discursos en la producción radiofónica	Sintetizar lo trabajado en los momentos anteriores Conectar lo trabajado con la producción radiofónica	De acuerdo a los análisis realizados en las actividades anteriores seleccionar un par de programas radiales de las distintas líneas de producción o de públicos y conversar sobre ellos ¿Qué se dice? ¿Cómo se dice? ¿De quien se dice?	• Dos programas radiofónicos • Grabadora

MÓDULO “INCIDENCIA”

LAS PRIMERAS PUNTADAS



Objetivos del módulo:

Los objetivos que se plantean en este módulo son:

- Invitar al equipo de la radio a mirar el escenario en que trabaja.
- Analizar la forma en que los modos de hacer comunicación incorporan a muchos o a pocos a formar parte de un proyecto político determinado
- Construir colectivamente una manera de mirar la incidencia con el equipo de la radio, desde sus propios contextos, experiencias y conocimientos.
- Revisar el horizonte hacia dónde camina la emisora y desde dónde viene, misión –visión.
- Examinar analíticamente los programas que se producen en la radio con el afán de revisarlos como una práctica radiofónica y desarrollar nuevas formas de producirlos.
- Indagar las relaciones entre lo que desea la emisora y la programación.

Idea fuerza:

- La indagación sobre si vale la pena o no hacer radio para que nos escuchen y la reflexión sobre las huellas que se pueden ir dejando a lo largo del trayecto radiofónico, saber si realmente queremos generar algún tipo de movimiento en la radio, desde el contexto propio de la radio y del que rodea a la misma.

INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de los medios de comunicación, se empiezan a desarrollar varias teorías y enfoques de comunicación[6] que se preocupan justamente en la influencia del medio sobre la audiencia y en los “efectos” que provocan los mensajes masivos.

El receptor de ser un objeto pasivo, graficado como un balde vacío al cual hay que llenarlo con contenidos, pasó a ser en nuestros días un sujeto activo que resignifica los mensajes a los que se expone y que entra en relación con el entorno que le rodea.

Es decir, se desmitifica la imagen omnipotente de los medios y se observa que el proceso de comunicación tiene que ver con múltiples factores o

---

[6] Desde la aguja hipodérmica, pasando por los usos y gratificaciones hasta terminar en los estudios de recepción y las teorías críticas, se busca verificar que los medios influyen en la gente.

mediaciones que intervienen en la construcción de sentidos que incidan en la gente.

La incidencia ¿Será un impacto? Entendido éste como un fuerte choque que provoca el mensaje por radio en las audiencias ¿Será una influencia? Entendida ésta como la acción que ejerce el mensaje radiofónico sobre la audiencia ¿Serán ambos? El impacto entendido como el grado de influencia que poseen los mensajes radiofónicos sobre las audiencias.

La incidencia no puede ser entendida como un impacto (heredada de la teoría de los efectos), porque representa un significado determinante a escala comunicativa. Es algo demasiado tajante. Constituye pensar, como en los albores de la teoría de comunicación, en el proceso de comunicación como una “aguja hipodérmica”, donde los mensajes se alojan debajo de la piel de las personas que se exponen al mismo.

Sin embargo, tampoco se puede negar que los mensajes radiofónicos dejan una huella superficial o profunda en la gente, a través de su discurso radiofónico.

DESMADEJAMOS



¿Y qué es entonces la incidencia?

Entonces, la incidencia radiofónica será esa huella que se impregna, de alguna manera, en la audiencia ¿Cómo? A través de los mensajes que tienen que ver con los intereses, los gustos y preferencias de ésta vinculada con nuestra propuestas radiofónica.

Esto nos exige ver qué está pasando con nuestra oferta radiofónica, es decir, puede pasar que como radios otorguemos a la gente aportes significativos pero que nos falte todavía incidir, la incidencia se puede medir en su alcance en contextos grandes y en la construcción de sentidos. No basta con llegar al primer lugar de audiencia para afirmar que tenemos un alto nivel de incidencia.

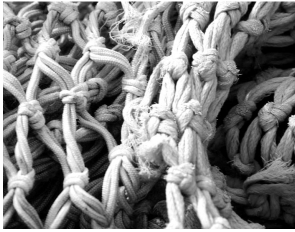
Y mucho ojo, con lo que acabamos de expresar, consideramos que la incidencia no se reduce tampoco al aspecto informativo. Eso significa que la radio puede incidir desde diferentes ámbitos y temáticas.

La incidencia de nuestra radio en la comunidad sería estar presente en forma significativa en el discurso público. Incidir sería una opción situada en comunidades diversas, con sujetos diversos que eligen nuestra propuesta comunicativa porque la ubican como un polo de identidad, justamente porque es abierta y múltiple.

LOS ACUERDOS O LOS CONCEPTOS

ENTRE TEJEDORES Y TEJEDORAS

Incidencia radiofónica: *esa huella que se impregna, de alguna manera, en la audiencia a través de los mensajes que tienen que ver con los intereses, los gustos y preferencias de ésta vinculada con nuestra propuesta radiofónica. Se entiende a la incidencia como el proceso de relacionamiento en el que se involucra la producción de sentidos, con los modos de interpretación que provoca siempre dentro de una mirada de comunicación determinada y respondiendo a una mirada de ver el mundo. Incidimos en la medida que nuestro discurso radiofónico es coherente con el discurso político y comunicacional que nos representa.*



¿La radio por sí sola puede incidir?

Sentarse detrás del micrófono, pensar un programa, colocar una canción, la manera de cubrir ciertas noticias, definir el tono con el que hablaré, utilizar ciertos silencios o ciertos efectos de sonido, asumir un tipo de actitud, ¿serán elementos que determinarán el grado de incidencia que podrá tener un mensaje radiofónico? ¿La incidencia pasará por productores, operadores, técnicos y locutores?

La incidencia depende de:

- la claridad que posee la radio en la lectura de su realidad.
- la construcción de esa realidad con su audiencia.
- la manera de suscitar cambios de actitudes ante esa realidad.
- la forma de provocar modificaciones en la toma de decisiones.
- La visión de mundo que tiene la radio como actor social. (visión política y cultural)

Por lo tanto, la radio por sí misma no puede incidir.

¿Por qué preocuparnos por incidir?

Nos preocupamos por incidir para crear condiciones que generen transformaciones en beneficio de la sociedad. También, con el afán de establecer nuevos conocimientos que permitan el aprendizaje de las complejidades y el enfrentamiento con las incertidumbres, provocar el reconocimiento cultural a través de diálogos interculturales y forjar un aprendizaje innovador y pertinente.

La dinámica de la realidad que nos rodea, obliga a la radio a estar en sintonía con esta realidad, a crear constantemente nuevas respuestas, a sentir

cotidianamente a la audiencia y a conocer periódicamente qué es lo que piensa.

La radio incide desde sus rostros públicos: la programación es uno de los rostros. Ésta constituye la propuesta comunicativa a través de la cual entra en relación con la audiencia. Por lo tanto, la incidencia también es un proceso de seducción donde prima el interés común entre la radio y sus audiencias.

Entonces, incidimos con nuestro trabajo radiofónico de manera integral en la práctica cultural de vida; es decir, en todo: en el pensar, en el sentir y en el hacer. No solo nos interesa exclusivamente el mundo del pensamiento; también, el mundo de los afectos y el mundo del hacer.

ANUDANDO CONTENIDOS



La incidencia no puede ser entendida como impacto, porque representa un significado determinante a escala comunicativa. Es algo demasiado tajante. Esa afirmación nos llevaría a pensar, como en los albores de la teoría de comunicación, en el proceso de comunicación como una “aguja hipodérmica”, donde los mensajes se alojan debajo de la piel de las personas que se exponen al mismo.

Podemos incidir en la medida que nuestros discursos sean significativos y logren motivas nuevas miradas de mundo, nuevas preguntas y novedosas respuestas en cualquiera de los niveles de la vida cotidiana de la gente. A partir del pensar de cada uno de nosotros, pues ese pensamiento está expresado de muchas formas: creencias, valores, costumbres, doctrinas, saberes, conceptos, ideas fuerza de nuestra vida…concepciones, visiones, cosmovisiones…intereses.

La incidencia radiofónica <u>será esa huella que se impregna</u>, de alguna manera, en la audiencia. A través de los mensajes que tienen que ver con los intereses, los gustos y preferencias de ésta. Esos mensajes también tendrán la posibilidad y los medios para interpelarla.



Las herramientas adecuadas para la exploración de este módulo son:

- Acercándonos a la lectura del contexto: Descripción del escenario donde se ubica la radio:
    - territorio geográfico y humano,
    - relaciones sociales y culturales,
    - población,
    - distribución de servicios,
    - infraestructuras,
    - existencia de instituciones.

- Acercándonos a las cosmovisiones: Mirar la forma de ver el mundo desde las siguientes perspectivas:
    - Social.
    - Comunicativa.
    - Personal.

Estas maneras de observar el mundo permiten identificar las formas de cómo las personas se mueven en un determinado espacio y cómo se relacionan en el mismo. Cuando hablamos de él lo hacemos desde las múltiples miradas, y construcciones. No hay un mundo único, que es el que siempre permite el blanco y negro de la dominación hegemónica. Hay múltiples objetos-mundo, es decir construcciones del mundo que hacen a las personas significativa su experiencia. Así que mas que maneras de observar el mundo, hay maneras de construirlo

Estas maneras de observar el mundo permiten identificar las formas de cómo las personas se mueven en un determinado espacio y cómo se relacionan en el mismo. Se utiliza el cuento: “un niño” de Helen Bukley.

- El sueño de la emisora que deseamos: El equipo imagina a la emisora en el futuro, a través de uno o varios dibujos.

- La historia de la radio: Se reconstruye colectivamente las diferentes etapas de la vida de la radio identificando los hitos más importantes de manera creativa, con el afán de llegar al presente.

Paralelamente, se vinculan estos hitos históricos con el análisis de la dimensión política (misión, visión y objetivos estratégicos) y se problematiza si el sueño de la radio se cumplió a través de la programación de la emisora.

La incidencia desde los productos de la radio: Se analizan los diferentes programas radiofónicos, por medio de pautas que apunten a verificar la existencia o no de incidencia. Este ejercicio se puede cruzar con mediciones cualitativas como los grupos focales

- La lectura del contexto
- Las cosmovisiones
- La historia de la radio
- El sueño de la emisora que queremos
- Análisis de un producto radiofónico
- Puertos de llegada

Matriz para trabajar la incidencia

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
Momento 1 **La lectura del contexto**	Describir el escenario donde se ubica la radio: Territorio geográfico y humano, relaciones sociales, políticas y culturales Identificar lo que los une y lo que nos distancia desde el proyecto de la emisora.	1. Motivación inicial: Lectura del texto ERSILIA 2. Análisis del texto: • Dibuja de qué manera se va construyendo Ersilia. • ¿Qué criterios orientan las relaciones hechas con hilos y palos por los habitantes de Ersilia? • Si el viajero intenta describir a Ersilia, ¿qué debería hacer? 3. En grupo elaborar un texto colectivo, (narrativo, poético, dramático, informativo o mixto) de la ciudad donde viven, para esto tener en cuenta: Expresar la sensación y la experiencia de estar en el lugar, palpar el contexto de un modo diferente a las estructuras establecidas) Buscar las formas de interpelar al otro significativamente (Hablando bien de tu aldea hablarás del mundo) Representar el texto en un dibujo. 4. En plenario: compartir los dibujos Leer el texto en lo posible. Analizar en los dibujos las diferencias, las similitudes de las miradas de la ciudad, dónde se han puesto los énfasis, qué cosas destaca un grupo y el otro no, qué razones existen para hacer estas u otras selecciones. Cómo se ha organizado la información de cada texto en el dibujo. Qué imagen nos hacemos de la ciudad de acuerdo a cada interpretación. En lo posible llegar a las siguientes conclusiones: Los juegos del lenguaje, son la expresión de que son posibles múltiples propuestas de mundo. Hay que ver la totalidad de la práctica (como dice Bourdieu), es decir, ver esas representaciones de la cuidad en el amplio espectro de una mirada de mundo, una construcción de mundo, y no solo como	• Texto de sensibilización • Texto ERSILIA por las ciudades de Calvino • Hojas • Marcadores • Pinturas • Lápices

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
		una selección de imágenes, y eso se busca al mirar la redacción de una historia, con la redacción de la propia mirada sobre mi entorno).	
Momento 2 **Las cosmovisiones**	Mirar la forma de ver el mundo desde las perspectivas: - Social - Comunicativa - Personal Reconocer cuantas posibilidades hay de construir al otro y a su propuesta de mundo, para reconocer también la complejidad de la práctica y cómo no es simple el tránsito de lo que hago a lo que pienso. Ver como se construyen los imaginarios de la vida cotidiana, tanto los personales como los de la audiencia.	1. Retomar el ejercicio anterior desde el análisis del dibujo y la forma como el grupo ve a la comunidad para ver las diversas miradas que existen sobre determinadas formas de ser y de actuar en el mundo. 2. Trabajo de parejas Una persona pregunta y luego, sobre la base de las repuestas elabora una imagen del interrogado, y la visión de mundo que tiene. Algunas recomendaciones para la actividad: no son permitidas preguntas que indaguen por la opinión (usted qué piensa acerca de…?), solo preguntas por la práctica (¿qué hace al levantarse? ¿Cuál es su color favorito?) A partir de esas preguntas, en 5 ó 10 minutos, la persona que interroga debe tratar de reconstruir una imagen del otro y de su visión del mundo. Este ejercicio puede continuar cambiando los roles 3. La construcción de si mismo También podría usarse el ejercicio de construir una historia de si mismo con imágenes, o recortes y pedirle al compañero que las interprete, para decir a partir de ellas como es esa persona y que piensa de ella. 4.Las rutinas de cada uno Pedir a cada compañero que elabore una lista de cosas que realiza cada día. Preguntarse ¿cuál de ellas necesita realizarlas de todas maneras y cuáles las realiza inconscientemente?, ¿qué opina de su rutina, de su vida diaria?, ¿habrá cosas que cambiar?, ¿por qué lo haría?. ¿Cómo es la rutina de sus oyentes, ¿qué hacen?, ¿es igual a la suya?, ¿en qué se asemejan? En plenaria llegar a conclusiones	• Texto Las rutinas, del texto de capacitación Unda al, La vida cotidiana como hogar del sentido de Daniel Prieto

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
Momento 3 **La historia de la radio**	Conocer algunas de las etapas o hitos importantes de la radio, donde se pueda vislumbrar el sentido que ha tenido durante estos momentos históricos. Construir el concepto incidencia a entre todos, a través del recorrido por la historia de la radio	1. Se solicita a los participantes que se dividan en grupo por edades o épocas en las que llegaron a la radio. 2. Cada grupo, desde el tiempo que le ha tocado vivir, describe los hitos más importantes de la radio y explica porqué. Este ejercicio sirve para narrar lo que la radio ha provocado, las posibilidades de decir que ha permitido, dependiendo de la experiencia particular de sus miembros. 3. En plenaria se analizan las diversas presentaciones y quien facilita va relacionando estas miradas con la dimensión política de la radio, sacan conclusiones en relación a las contradicciones y acuerdos con la misión visión de la radio contestando la siguientes preguntas: ¿Qué aspectos de los objetivos fundacionales de la emisora se mantienen?, ¿cuáles ya están fuera?, ¿qué razones hemos tenido para cambiarlos?, ¿qué aspectos de la programación nos muestras que estos principios se mantienen en la radio?, ¿qué nuevos aspectos se han incorporado al análisis? Recomendación: Promover las diversas miradas no como ideas buenas y malas sino como diversas formas de ver el proceso, y que conviven para enriquecer el proceso comunicacional	• Documento con la misión y la visón de la radio, objetivos estratégicos, etc.
Momento 4 **El sueño de la emisora que queremos**	Ubicar a la prospectiva como un sueño, pero también como un ejercicio que nos interpela a buscar las razones de por qué la radio será de una o muchas manera en el futuro. Trabajar la prospectiva en	1. En plenaria mirar el cómic y responder a las siguientes preguntas: ¿En cuál de los (niveles) dibujos representados está la radio que tenemos? ¿Dónde se deben poner los énfasis para mejorar la comunicación de nuestra radio? Elaborar un afiche con dibujos (cómic) que representen a la radio del futuro **2**. Con otros ojos miramos la ciudad**.** Invitar a los participantes a realizar un ejercicio de fotografía en la ciudad donde existe la radio. Pedirles que en grupo busquen un tema en el que se represente el	• Comic: Y nos morimos de comunicación. Una copia para cada participante • Dibujo de la ciudad realizado con anterioridad • Marcadores • Cartulinas • Revistas viejas • Papel brillante • Tijeras • Goma

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
	relación a como se imaginan el futuro y esto tiene una determinada manera, lo que no significa que sea una sola, sino tantos como sueños existan.	sueño de la radio en la vida cotidiana de la gente. • Hacer una fotografía del tema en general. • Hacer una fotografía de una situación en particular del tema • Hacer una fotografía de un rostro que represente esos sueños. 3. En plenaria presentación del trabajo de fotografía, ya sea en papel o en computador. Explicar la experiencia vivida y las cosas que conocieron del contexto que representa los sueños de la radio que quiere el equipo. Llegar a conclusiones cuyos insumos pueden ser: • Radio abierta a lo que pase, a cambiar, a transformarse, a decir algo que hoy no se atrevería a decir. • La mirada a la cultura, La mirada a los cambios etc. • Tener en cuenta la historia de la radio para no descontextualizar el futuro y dejarlo sólo como un sueño aislado y no como un producto de un proceso que se ha vivido.	• Cámaras digitales por grupo • Computador para la presentación
Momento 5 **Análisis de un producto radiofónico**	Analizar casos para reconocerse como productores de determinados formatos radiofónicos. Conocer: - Que nos dicen los productores a través de dichos formatos, que nos quieren expresar, a que nos interpelan. - Qué emociones despiertan a través	1. Cada grupo selecciona un programa de radio (ojalá y el que producen ellos mismos) y contestar a las siguientes preguntas: • ¿Cuál es el mensaje central del programa? • ¿Qué recursos utiliza el mensaje (elementos del PPC)?. • ¿Que emociones despierta en mí el programa? • ¿Qué cosas me dice del pasado, en la actualidad, para el futuro? 2. En plenaria se escuchan los programas y el análisis 3. Para concluir se pide a los participantes que redacten un texto sobre las emociones que despiertan en él el o los programas escuchados.	• Papelote síntesis de los análisis anteriores • Programas de radio grabados • Grabadora para escuchar programas

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas materiales
	de su lenguaje radiofónico. - Como se sienten, a qué los interpelan sus propias producciones.		
Momento 6: **Puertos de llegada**	Intercambiar miradas sobre lo que hemos trabajado en el módulo y tratar de descubrir las diversas formas de decir el mundo.	1. Hacer un conversatorio sobre la diversidad de formas de entender y construir incidencia en radio. 2. Descubrir como esas diversas miradas se reflejan en la construcción de incidencia para concluir que la incidencia será también resultado de esa muchas maneras de pararse en el mundo y emprender un proceso político y comunicacional como el que estamos viviendo como equipo. 3. Para finalizar elaborar un collage de palabras que puedan organizar ciertas ideas en torno a la construcción de incidencia en la radio. Este collage puede ser con palabras o con fotografías, dibujos, o frases que nos den a conocer el proceso de construcción de incidencia.	• Fotografías • Cartulinas • Goma • Tijeras • Marcadores

ANEXOS

Anexo 1
Historia de la radio

Elaborar con cada grupo una línea de tiempo, en que se describan los hitos de una manera creativa, y con una simbología también inventada por el grupo. La simbología puede ser de utilidad para el análisis de los temas.

Paralelamente, se vinculan estos hitos históricos con el análisis de la dimensión política (misión, visión y objetivos estratégicos) y se problemática si el sueño de la radio se cumple a través de la programación de la emisora.

Anexo 2
Un niño
de Helen Buckley

Una vez un niño fue a la escuela. Él era bien pequeño y la escuela bien grande, pero cuando el niño vio que podía ir a su clase caminando directamente de la puerta de afuera, él se sintió feliz y la escuela no le pareció tan grande así.

Una mañana, cuando hacía poco que él estaba en la escuela, la maestra dijo: - Hoy vamos a hacer un dibujo.
- Bien - pensó él.
A él le gustaba dibujar. Él podía hacer todas las cosas: leones y tigres, gallinas y vacas, trenes y barcos... Y tomó su caja de lápices y comenzó a dibujar.

Pero la maestra dijo:
- ¡Esperen! ¡No es hora de comenzar!
Y él esperó hasta que todos estuviesen listos.
- Ahora- dijo la maestra- vamos a dibujar flores.
- Bueno- pensó el niño.
A él le gustaba dibujar flores. Y comenzó a hacer bonitas flores con lápiz rojo, naranja y azul.
Pero la maestra dijo: - ¡Esperen! Yo les mostraré como se hacen.
- ¡así! – dijo la maestra, y era una flor roja con tallo verde.
- ¡ahora sí! – dijo la maestra -.
Ahora pueden comenzar.

El niño miró la flor de la maestra y luego miró la suya. A él le gustaba más su flor que la de la maestra. Pero él no reveló eso. Simplemente guardó su papel e hizo una flor como la de la maestra. Era roja, con el tallo verde.

Y luego, así, el niño aprendió a esperar. Y a observar. Y a hacer las cosas como la maestra. Y luego él no hacía las cosas por sí mismo.

Entonces sucedió que el niño y su familia se mudaron para otra casa, en otra ciudad, y el niño tuvo que ir a otra escuela. Esa escuela era mucho más grande que la primera. Para llegar a su sala tenia que subir la escalera y seguir por un corredor para finalmente llegar a su clase.

Y justamente el primer día que él estaba allí la maestra dijo:
- Hoy vamos a hacer un dibujo.
- Bien – pensó el niño, y esperó a la maestra para que le dijera como hacerlo.
Pero ella no dijo nada, casi ni se sentía en la sala de clase.

Cuando se acercó al niño ella dijo:
- ¿Tú no quieres dibujar?
- Sí – dijo el niño -, pero ¿qué vamos a hacer?
- Yo no sé hasta que tú lo hagas – dijo la maestra
- ¿Cómo lo haré? - preguntó el niño
- ¿Por qué? - dijo la maestra-, de la manera que tú quieras.
- ¿Y de cualquier color? – preguntó él -.
- De cualquiera- dijo la maestra.
- Si todos hicieran el mismo y usaran los mismos colores, ¿cómo yo podría saber quien hizo qué? ¿Y cual es de quién?
- Yo no sé – dijo el niño.

Y comenzó a hacer una rosa roja, con el tallo verde.

Anexo 3
Por las ciudades de Calvino
Ersilia

"En Ersilia, para establecer las relaciones que rigen la vida de la ciudad, los habitantes tienden hilos entre los ángulos de las casas, blancos o negros o grises o blanquinegros, según indiquen las relaciones de parentesco, intercambio, autoridad,

representación. Cuando los hilos son tantos que ya no se puede pasar entre medio, los habitantes se marchan: las casas se desmontan, quedan sólo los hilos y los soportes de los hilos.

Desde la cuesta de un monte, acampados con sus trastos, los prófugos de Ersilia miran la maraña de los hilos tendidos y los palos que se levantan en la llanura.

Y aquello es todavía la ciudad de Ersilia, y ellos no son nada.

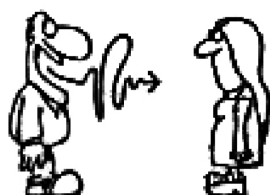
Vuelven a edificar Ersilia en otra parte. Tejen con los hilos una figura similar que quisieran más complicada y al mismo tiempo más regular que la otra. Después la abandonan y se trasladan aún más lejos con sus casas.

Viajando así por el territorio de Ersilia encuentras las ruinas de las ciudades abandonadas sin los muros que no duran, sin los huesos de los muertos que el viento hace rodar: telarañas de relaciones intrincadas que buscan una forma”

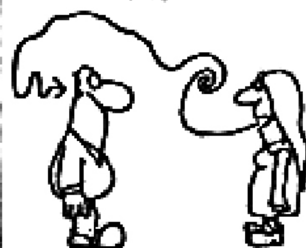
Anexo 4
COMIC

¡Y NOS MORIMOS DE COMUNICACIÓN!

SIEMPRE QUE YO
TE PREGUNTABA ALGO
POR UN LADO...



VOS ME CONTESTABAS
POR EL OTRO



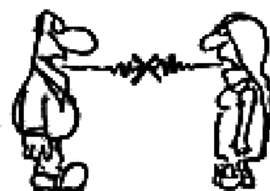
ES CIERTO QUE A VECES
TE DECÍA COSAS
RETORCIDAS...



PERO VOS DABAS
MUCHAS VUELTAS
PARA CONVERSAR



O BIEN HABLÁBAMOS
AL MISMO TIEMPO



O BIEN BAJITO
PARA QUE EL OTRO
NO PUDIERA OÍR



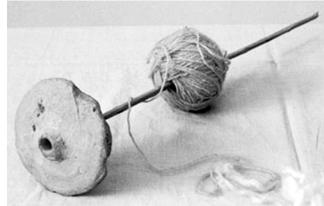
UN DÍA LOGRAMOS
ENTENDERNOS: YO TE
HABLÉ FRANCAMENTE

DESPUÉS ME HABLASTE
VOS DE LA MISMA
MANERA

Y NOS MORIMOS
DE COMUNICACIÓN

MÓDULO “SOSTENIBILIDAD”

PRIMERAS PUNTADAS



Objetivos:

Provocar espacios de reflexión, de construcción e interaprendizaje alrededor de la sostenibilidad como parte esencial del Proyecto Político Comunicativo.

Ideas fuerza:

Abordamos la Sostenibilidad desde tres dimensiones:

- La social, comprende el grado de reconocimiento del proyecto comunicacional, en el escenario social.
- La organizativa, comprende la gestión, la cultura de trabajo, la estructura organizativa, la formación, etc.
- La económica, comprende los recursos que permitan financiar el proyecto político.

DESMADEJAMOS



La sosteniblidad

Cuando hablamos de sostenibilidad, decimos que se trata de un proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social, que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y viabiliza cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para dicha continuidad.

Sostenibilidad organizativa

La cultura organizacional se construye de un conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad, y por lo tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones especificas.

En este sentido, cualquier práctica al interior de las organizaciones que promueva entre sus miembros la identidad con ideales y proyectos comunes, el conocimiento y la experiencia de la misión, visión y objetivos, la participación en la definición de la práctica y las construcciones simbólicas que la sustentan, se considera como una preocupación por la sostenibilidad organizativa. Así, una práctica de la cultura organizacional que:

- haga participativa la construcción de los objetivos de la organización
- construya espacios de reconocimiento del otro
- promueva actividades que impulsen sentidos de comunidad así como
- se identifique con el proyecto político de la organización

se consideran avances, mientras que el mantenimiento de estructuras verticales de organización, el desconocimiento de los objetivos de la organización y la ausencia de construcciones colectivas en la práctica, son indicadores de retroceso en este aspecto de la sostenibilidad. Pero se comprende que en muchos casos no todos los miembros de una organización contribuyen de la misma forma y en los mismos aspectos, por eso una organización sostenible organizativamente debe reconocer las potencialidades de cada sujeto y encontrar el modo de vincularlas con su proyecto.

Sostenibilidad Social

La sostenibilidad social se funda en tres aspectos de gran importancia:

- La visibilidad y reconocimiento social
- La credibilidad social
- La pertinencia de su propuesta

El primer aspecto implica la capacidad de una organización para posicionarse en el imaginario social como una entidad que conoce y trabaja en un ámbito determinado. Aquello no implica simpatía o rechazo. Sólo representa el “estar presente”, hecho que ya es un primer gran paso.

El segundo aspecto va más allá. Significa para una sociedad la valoración de la presencia, trabajo y opinión de una entidad, que se desarrolla en un ámbito determinado. Para ello, una institución ha generado procesos de identidad, de reconocimiento por su "saber, actuar y ser". Consecuentemente, confluyen identidades políticas, sociales o económicas, en una suerte de validación social, que se denomina: credibilidad.

El tercer aspecto se relaciona con la correspondencia que tiene la propuesta de la organización respecto de las necesidades, demandas y perspectivas de aquellos que son sus usuarios y con quienes interactúa.

Así, una organización que se considere sostenible socialmente responde a tres características: se encuentra ubicada en un espacio social definido, lo conoce, es capaz de representarlo simbólicamente (es decir, es capaz de describirlo, con sus problemas y potencialidades, en un modelo que le sirva a su propia práctica como organización), y es visibilizada en ese espacio social, reconocida, y aquellos pertenecientes a ese espacio pueden decir algo de ella; la segunda característica es que pueda dar cuenta de sus fortalezas, aquellas que le confieren prestigio, y las potencie adecuadamente; y finalmente, la organización es capaz de utilizar su representación del espacio social en el que se desenvuelve para promover prácticas dentro del mismo, y recibe una respuesta adecuada de su entorno y de las personas de su espacio social de acción. Cualquier organización que potencie uno o varios de estos aspectos se encuentra en una ruta de avance en esta variable, mientras de un bajo reconocimiento, un precario conocimiento del contexto, pocas acciones que otorguen prestigio, o una baja respuesta de las personas a las que se busca interpelar, son indicadores de un retroceso en la sostenibilidad social.

Sostenibilidad económica

La sostenibilidad económica se fundamenta en tres premisas:

- La sostenibilidad económica tiene sentido si, gracias a ella, se garantiza la función social y el servicio público.
- La estrategia y alternativas que se definan tienen que articularse de manera coherente con el proyecto político comunicativo y, en este sentido, la sostenibilidad económica no determina al proyecto.
- Trabajar en la perspectiva de la sostenibilidad económica es una condición para que haya vida y futuro para cada proyecto radiofónico.

Como su nombre lo indica, esta variable se refiere a la viabilidad del proyecto de la organización en términos económicos, los cuales en general mantienen indicadores claros, entre los que se pueden numerar los siguientes:

- Los movimientos financieros, ingresos, egresos, los presupuestos de proyectos, funcionamiento y mantenimiento de la organización, las nóminas, los activos y pasivos, se encuentran al día, soportados en alguna plataforma tecnológica o de archivo que permita su control y evaluación.
- Existen procesos de evaluación de los proyectos y producciones de la organización en términos de su rentabilidad, del uso eficiente de recursos y de sus resultados.
- Existen propuestas que a corto, mediano y/o largo plazo sustenten la financiación de los gastos de la institución y contribuyan a hacerla auto sostenible en términos económicos.
- Existen procesos que a corto, mediano y/o largo plazo sustenten la financiación de los gastos de la institución y contribuyan a hacerla auto sostenible en términos económicos.
- Existen procesos de planificación y evaluación de las inversiones de la institución.
- Los resultados de las diferentes evaluaciones son positivos.
- El déficit presupuestario tiende a la baja.

De esta manera, organizaciones que presenten varios de los anteriores indicadores, se consideran en una vía de avance en términos económicos, mientras que aquellas en las que, en especial en los indicadores relacionados con “cuentas claras” y existencia de procesos de seguimiento y evaluación, revelen indicadores contrarios, se consideran en retroceso respecto de la sostenibilidad económica.

ANUDANDO CONTENIDOS



Sostenibilidad, es un proceso paralelo a toda iniciativa social, que permite su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y viabiliza cambios necesarios.

La cultura organizacional se construye de un conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad.

La sostenibilidad social se funda en tres aspectos de gran importancia: La visibilidad y reconocimiento social, l a credibilidad social, la pertinencia de su propuesta.

La sostenibilidad económica se fundamenta en tres premisas: tiene sentido si, se garantiza la función social y el servicio público, la estrategia y alternativas tienen que articularse de manera coherente con el proyecto político comunicativo, trabajar en la perspectiva de la sostenibilidad económica es una condición para que haya vida y futuro para cada proyecto radiofónico.

Matriz Modular para trabajar la sostenibilidad

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas Materiales
Momento 1 **¿Qué es la Sostenibilidad?**	Construir colectivamente del término desde la experiencia del equipo de la radio enriquecido con otras miradas.	1. Proyección de la película La estrategia del Caracol. 2. En plenaria identificar el problema y cómo lo solucionaron. 3. Para concluir poner en evidencia que la sostenibilidad del proyecto no sólo depende del tema económico 4. En plenaria se construye el concepto de sostenibilidad primero en la vida cotidiana y luego en la radio. • ¿Qué es sostenibilidad desde mi vida cotidiana? • ¿Qué es la sostenibilidad en la radio? Las conclusiones pueden girar en torno a estas dos líneas: • La generación del sustento y del autosustento. • Coherencia entre lo que creemos y lo que hacemos.	• Película “La Estrategia del Caracol” • Proyector
Momento 2: **La Sostenibilidad Económica**	Identificar qué estamos entendiendo por Sostenibilidad económica en la vida y en la radio Analizar y discutir la sostenibilidad económica de la radio teniendo en cuenta lo ético, lo político y la responsabilidad social.	1. Plantear al grupo el escenario de encontrarse en una isla desierta ¿Qué acciones plantea el grupo para sobrevivir? ¿Qué estrategias utiliza? 2. Lluvia de ideas con tarjetas 3. Plantear un debate sobre la economía de las personas del grupo ¿qué estrategias se plantean para sobrevivir? ¿cómo organizan sus vidas? A partir de los ejercicios anterior análisis y discusión de la sostenibilidad económica en la radio. Llegar a conclusiones a partir de las siguientes preguntas ¿Qué estrategias utiliza la radio para la consecución de recursos?, ¿el tema económico es un tema exclusivamente administrativo o es colectivo?, ¿Qué criterios están definiendo nuestra política de sostenibilidad económica?:	• Tarjetas • Marcadores

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas Materiales
		4. Presentar casos exitosos de sostenibilidad Presentación de los casos exitosos de la Práctica Inspira y otras emisoras comerciales. ¿Qué estrategias utilizaron? Análisis de casos. Definición de líneas políticas o Enfoques generales de la radio en relación a la consecución de recursos: Qué si vale y qué no vale, en el sentido de aclarar lo que marca nuestros límites: hasta acá llegamos, aquello no lo podemos aceptar porque va en contra de nuestro ideario, etc.).	
Momento 3 **¿Qué radio /centro o red queremos?**	Identificar con qué radio soñamos ¿Cómo la imaginamos? En ese marco, evaluar las posibilidades reales de logro de ese perfil	1. En grupos dibujan el ideal de radio dentro de 10 años: infraestructura, productores, equipo administrativo, relación con la comunidad, etc. 2. En plenaria se analizan mapas y se hace un listado con los puntos comunes de entre esos dibujos y se discute sobre los puntos no comunes (¿se los incluye en ese sueño o no?). A partir del listado y en plenaria se elaboran propósitos. 3. En grupos, cada grupo analiza uno de los propósitos. ¿qué hace falta para que se cumpla? ¿es posible de ser cumplido? ¿qué recursos se necesitan? ¿qué proyectos habría que impulsar para llegar a cumplir el propósito? ¿Cómo se podrían financiar dichos proyecto? analizar los recursos (humanos, económicos) necesarios para lograr la radio /centro/red que queremos 4. Plenaria de los grupos y acuerdos colectivos	• Papelotes • Marcadores
Momento 4 **La Sostenibilidad Organizativa**	Reflexionar sobre lo que significa la sostenibilidad colectiva	1.Trabajo de grupos: pedir que cada grupo organice diversas actividades. Ejemplos: - Una fiesta por el aniversario de la radio - Un concurso de música popular - Una jornada radiofónica por la defensa de los derechos de las mujeres.	• Documentos de la radio que sirvan como insumos para la preparación de la mesa redonda

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas Materiales
		2. Cada grupo deberá elaborar un plan de trabajo (con actividades, cronograma, presupuesto, aliados, financiamiento, etc.), una estructura organizativa y señalará las responsabilidad que cada uno asume. 3. En plenaria se presentan los planes, se hace una evaluación colectiva y se sacan conclusiones respecto a la viabilidad del proyecto y a los ejes de su sostenibilidad. 4. En grupos cada grupo prepara una exposición sobre ¿Cómo está planteada la sostenibilidad en la radio? ¿Qué elementos están faltando? 5. mesa redonda sobre la sostenibilidad de la radio. 6. Debate y conclusiones.	
Momento 5 **Gestión y Poder** - La cultura organizativa - Toma de decisiones - Modos de construcción del proyecto	Tener una mirada a la cultura de gestión de la radio.	1. Trabajo en grupo para responder las siguientes preguntas de reflexión: ¿Qué requiere una gestión democrática? ¿Cómo es la gestión global de la radio? ¿Cómo es la gestión en nuestros grupos? ¿Cómo participamos en ella? ¿Qué mecanismos de toma de decisiones tenemos? 2. Plenaria de los grupos 3. Conclusiones colectivas buscando acuerdos generales sobre una gestión democrática y participativa	• Papelotes • Marcadores
Momento 6. **La Sostenibilidad Social**	Promover reflexiones en torno al mundo relacional de la radio. Conocer el grado de	1. Cada grupo de la radio organiza un pequeño taller con personas de la comunidad (representantes de organizaciones, ciudadanos, etc.) para conocer la percepción de la comunidad en la radio, para ello diseña el taller.	

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas Materiales
	aceptación de la emisora en su entorno social. Debatir sobre la corresponsabilidad entre los actores sociales y la gestión del PPC.	2. Discusión colectiva sobre los diseños de talleres, se llega a un solo esquema. 3. Ejecución de los talleres 4. Sistematización de los talleres reunión de los grupos para exponer la sistematización, comparar con el PPC y llegar a conclusiones colectivas	
Momento 7 **La Sostenibilidad en el Proyecto Político Comunicativo de la Radio**	Promover reflexiones en torno a los modos de construcción del proyecto en sus relaciones integrales Las alianzas que deben existir internamente (articulación entre áreas y apropiación del proyecto) y con las diferentes instancias del ámbito social, desde el proyecto político. La Gestión como ámbito de negociación en los roles y el poder dentro de la radio y con el afuera de la emisora:	1. Realizar la siguiente dinámica *El armado del Carro*. La idea es tener un carrito desarmado, o armables y entregarlo desarmado para que los equipos lo armen, también se puede dibujar y recortar previamente, y entregarlo recortadito. La idea es que la gente identifique en qué parte del carro ubica cada dimensión: Sostenibilidad, Estética, etc, donde lo pone la gente de la radio, en el motor, en las ruedas en la cabina, etc. En plenaria se comparten las discusiones del grupo y se concluye considerando que todas las dimensiones son necesarias y corresponsables. 2. Ejercicio: en el misma dinámica del ejercicio anterior construir un carro con los roles que existen en la radio. 3. Promover la reflexión sobre los perfiles y funciones de cada rol, los que existen y debieran existir. 4. Hacer un mapa de actores de la radio y sus relaciones con redes de comunicación, coordinadoras nacionales, Movimientos sociales, los estados, lo político, la sociedad civil, lo privado, lo ciudadano. 5. Analizar los mapas	• Un carrito desarmado para cada grupo

Contenido	Propósitos	Actividades	Herramientas Materiales
	Sus relaciones hacia adentro: la comunicación interna. Sus relaciones hacia fuera: La radio como actor social en ese escenario.		

ANEXOS

Documentos y herramientas sugeridos para trabajar el módulo:

- Discusión sobre la Sostenibilidad de las ONGs. El tema de la sostenibilidad de las ONG adquiere cada vez más relevancia tanto en foros como en la literatura. En este capítulo se presenta un resumen de los aspectos más discutidos en este contexto.
- Sostenibilidad social de la Sociedad del Bienestar - Felipe González I. *Intervención de apertura* (9 de julio de 1998)
- La Sostenibilidad de las Emisoras Comunitarias - Ministerio de Cultura de Colombia, Dirección de Comunicaciones, Unidad de Radio.
- Los desafíos de la Radio Popular y Comunitaria en América Latina - Por Victor van Oeyen

- PPT sobre el tema de Gumucio Dragón: Para que revise el /la facilitador/a.
- PPT sobre la gestión, organización, y liderazgos.
- Textos sobre gestión radiofónica, Programa Voces Unidad de Árbol



BLOQUE 3

Epílogo

¿Cómo nos pensamos en el futuro?
¿Cómo pensamos será esta comunidad de aprendizaje?

- La comunidad de aprendizaje está en construcción, no se ha detenido. Los ELFOS están sin estar, la vida sigue caminando y saliendo, vamos a estar pero no con el mismo rol.
- Una comunidad referenciada en procesos académicos, permanentemente consultada.
- Los integrantes de la comunidad somos referentes, la comunidad es exigida y exigente, movilizadora de saberes, no apropiadora, sino sistematizadora de saberes.
- La comunidad promotora de comunidades en América Latina. Es una comunidad joven e irreverente.
- Una comunidad de aprendizaje madura, más responsable, que construye nuevas miradas.
- Hay facilitadores que proponen caminos y que han formado nuevos formadores.
- Es un grupo grande, interconectado, en continua reflexión, que escucha sus experiencias.
- Generador de procesos y promotor de asombros.

- Con mucha gente en todos los países.
- Es una comunidad fortalecida en su PPC, precisamente por que se la a multiplicado.
- La propuesta es apropiada y socializada por otras instancias fuera de ALER.
- La comunidad en frecuente reflexión de nuevos referentes, paradigmas. Es un equipo promotor de procesos y de herramientas pedagógicas comunicativo-radiofónicos para la región.
- Es un equipo articulado con líneas de investigación, producción y formación.
- Una comunidad de aprendizaje generadora de comunidades de aprendizaje en las distintas regiones países, grupos / sectores, organizados en forma de grupos temáticos.
- Es un grupo de formadores ampliado. Ampliado a diversas regiones, continentes.
- Existen grupos más grandes de comunidades, inclusive con distintos PPC, propuestas pedagógicas consensuadas.
- Desde lo local estos están apoyando formas de transformación social.
- Siguen siendo sectores de construcción de pensamiento, pero con incidencia política en nuestras realidades.
- A través de esto somos interlocutores del estado con la oportunidad de llegar a consensos.
- Un equipo que se sostiene en el tiempo, más allá de las personas, es un grupo diverso con capacidad de hacer planteamientos concretos capacitación, investigación, etc.
- Con propuesta validada y consolidada, que se ha logrado instalar en otros espacios y redes de comunicación (publicación de libros que cuenten el modo de ver el que hacer con la radio, etc.)

- El grupo pasa por un reposicionamiento, para mostrar una asociación que ha sido capaz de revisar su propio PPC, y su forma de trabajar en los nuevos contextos.

- Con recursos para promover instancias de formación regional y en radios que aun no han trabajado en el proceso.

- Es una comunidad promotora de comunidades de aprendizaje.

- Se siente como parte del proceso, esté o no esté físicamente.

- La propuesta de formación y la propuesta pedagógica tienen un espacio fuerte en la educación mundial, es una propuesta que marcó y marca referentes, que recuperó la conceptualización y que logró el aparecimiento de nuevos saberes. Es una propuesta que se ve.

- Además se tiene incidencia en lo público.

¿Cómo lo logramos?

- Ha habido distintos pasos en distintos momentos, se han desatado distintos procesos educativos en distintos países.

- Se han cuestionado las formas de producción y se han propuesto otras.

- Ha habido muchos procesos de deconstrucción.

- Se han dado procesos élficos de construcción, en distintos lugares desde lo local y loregional, teniendo en cuenta la descentralización.

- Llegando a acuerdos políticos con coordinadoras y redes, para que sea posible la descentralización.

- Logrando la sostenibilidad económica de las estrategias de formación.

- Articulando las distintas líneas de ALER, sistemas de comunicación, de formación de sostenibilidad.

- Teniendo una actitud activa y motivadora desde las diferentes regiones descentralizadas con reuniones permanentes.

- Con el desarrollo colectivo e individual a través de la formación de formadores.

- Caminando hacia la definición clara de temas transversales. Con propuestas pedagógicas y metodológicas definitivas.

- Permitiendo y potenciando las alianzas con la academia como formas de producir y validar conocimientos.

Elfo ¿seguimos en movimiento?

Después del aporte que significó nuevamente el impulso de un equipo de formadores en ALER, hay que seguir mirando el futuro, acompañar a las radios, darle continuidad a los procesos educativos desde lo local y buscar, de manera

descentralizada, los motores necesarios para seguir en movimiento en la formación integral que ALER impulsa desde sus inicios.

La comunidad de aprendizaje, la metodología de formación y las pautas pedagógicas que se alcanzaron a través de la experiencia del ELFO, a lo largo de tres años de trabajo continuo, representan las grandes fortalezas que se poseen para seguir adelante.

Y como todo está en movimiento, es vital fortalecer los lazos de esta telaraña de la formación para que en el continente se puedan seguir construyendo reflexiones en nuestras radios.

El Proyecto Político Comunicativo es eso, no es una fórmula acabada, sino la estrategia de revisar los pasos, de mirarse y seguir proponiendo líneas de acción consecuentes a los contextos tan veloces que vivimos. Eso significa que la apuesta de las emisoras es esa, porque somos vigentes y somos protagonistas en este entramado social.

Considero que la huella de este equipo es esa, una huella indeleble que invita a seguir caminando, porque "a*l andar se hace camino… caminante, son tus huellas el camino y nada más; caminante, no hay camino, se hace camino al andar*".

La vida: una eterna enseñanza y un aprendizaje perdurable

No puedo dejar fuera de este desenlace la satisfacción de ser parte de esta aventura élfica y de seguir impulsando los sueños que con esfuerzo se pueden hacer realidad.

Constituirse como facilitador radiofónico recrea y canaliza, al igual que una terapia, los obstáculos, muchas veces tan diminutos, que impiden ver el horizonte de nuestros proyectos de radio. Así que la invitación está hecha: a reinventarse la radio, en cada instante y en cada fragmento, pues la vida es como la corriente del agua que pasa y no vuelve más.

Entonces, cierro con una frase que la compartí la primera vez que me encontré con el grupo, era una mañana soleada de mayo en Quito y pertenece a Ernesto Sábato:

“Ni el amor, ni los encuentros verdaderos, ni siquiera los profundos desencuentros, son obra de las casualidades, sino que nos están misteriosamente reservados.

¡Cuántas veces en la vida nos ha sorprendido cómo, entre las multitudes de personas que existen en el mundo, nos cruzamos con aquellas que, de alguna manera, poseían las tablas de nuestro destino, como si hubiésemos pertenecido a una misma organización secreta, o a los capítulos de un mismo libro!

Nunca sabemos si se los reconoce porque ya se los buscaba, o se los busca porque ya bordeaban los aledaños de nuestro destino”.

¡Salud, y a moverse se dijo!

BIBLIOGRAFÍA

ALER. *Primera síntesis de las reflexiones habidas sobre el proyecto político comunicativo de ALER*. ALER. Quito, 2005.

ALFARO MORENO, Rosa María. *La interlocución radiofónica*. ARTES GRAFICAS SILVA. Quito Ecuador. 1994.

ALVES, Wálter. *Estrategia de los pequeños formatos*. Manuales didácticos CIESPAL. Quito, 1995.

ALER, *Prender para aprender*. ALER. Quito, 1993.

APARICI, Robert, *La revolución de los medios audiovisuales*. La Torre. Madrid, 1996.

ARHEIM, Rudolf, *La estética radiofónica*. Gilli. Barcelona, 1980.

ALMANZA, José Luís; DÁVILA, Edgar. *Discurso y Programación Radiofónica*. Voces Unidas. La Paz, 2001.

AAVV, *Dirección de marketing y ventas*. Cultural. Madrid, 1999.

Analía Reale - Carlos Mangone, editores. *Intelectuales, Comunicación y Cultura* entrevista a Armand Mattelart. Realización y edición: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol.V, n.1, Ene./Abr. 2003. Producción: *Causas y Azares.*

BAJTIN, M. *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI. México, 1985.

BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra. Madrid, 1994.

BARBERO, Jesús Martín. *Saberes Hoy dimensiones, competencias y transversalidades* en Revista Iberoamericana de Comunicación, 2003.

BARBERO, Jesús Martín y otros. *La comunicación desde la praxis social*. México, 1990.

BENITO, Ángel. *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Paulinas, Madrid, 1991

BELTRÁN, Luís R.; ZEBALLOS. René. *Estrategias de Comunicación y Educación Para el desarrollo*. Voces Unidas. La Paz, 2001.

BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación: La Interacción Objetivo de la Comunicación Interpersonal*. Al Ateneo. Buenos Aires, 1984.

BOURDIEU, Pierre. *El sentido Práctico*. Taurus, Barcelona, 1990.

BRUNNER, José Joaquín. *América Latina Frente a los Desafíos de la Comunicación y el Conocimiento*. Encuentro Continental de Comunicadores Católicos. Medellín, 1999.

CHAIM, Katz. *Diccionario Básico de Comunicación*. Nueva Imagen, México, 1989.

CEBRIÁN, Mariano. *La mediación técnica de la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1983.

COLLINGWOOD, R. G. *Los principios del arte*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

CORONEL, Cristóbal. *Construyendo el Mensaje Radiofónico: Los Géneros y los Formatos*. Voces Unidas. La Paz, 2000.

CREMONA, Florencia. *Apuntes Sobre el Sentido*. Documento de Trabajo. ALER, Quito, 2005.

DÁVILA, Edgar; ZEBALLOS, René; CAMACHO, Carlos. *Comunicación Masiva: De la Audiencia a la Competencia*. Voces Unidas. La Paz, 1999.

DÁVILA, Edgar. *¿Qué es el Módulo?, mimeo presentado al taller del ELFO*. ALER. Quito, 2006.

DÁVILA, Edgar. *Módulo de Construcción de sentidos, documento de sistematización para ALER*. ALER. Quito, 2006.

DE ANDA Y RAMOS, *Francisco. La radio. El despertar del gigante*. Trillas. México, 1997.

DE VELA, Gloria y otros. *Investigación, mensajes, audiencia*. ALER. Quito. 1993.

DUEÑAS, Maximiliano. *Globalización y comunicación alternativa*. 2000.

ECO, Humberto. *La estructura ausente*. Lumen. Barcelona 1972.

ECO, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Lumen. Barcelona, 1977.

ERBOL. Una construcción colectiva del equipo consultivo de Educación Radiofónica de Bolivia. ERBOL. La Paz, 2005.

EYOT, Yves. *Génesis de los fenómenos estéticos*. Blume. Barcelona, 1980.

FAUS BELAU. Angel. *La era audiovisual*. Internacionales Universitarias, Barcelona,1995.

FERRES, Joan. *Vídeo y educación*. Paidós, Barcelona, 1994

FERNÁNDEZ, Carlos. *Comunicación Humana*. McGraw Hill. México, 1990.

FERNANDEZ, José Luis. *Los lenguajes de la radio*. Atuel. Bs. As,1994.

FORERO Usma, Oscar Darío. *En la cuerda floja: entre la denuncia y el fomento*. Indagación preliminar. Aproximación al discurso de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, a través de sus producciones radiofónicas. Quito, 2004.

FUENMAYOR, Víctor. *El cuerpo de la obra*. Universidad del Zulia, 1999.

FIGUEROA, Romeo. *¡Qué onda con la radio!*. Alhambra Mexicana. México, 1997. pp. 536. Segunda reimpresión.

FISCHER, Ernst, *La necesidad del arte*. Península. Barcelona, 1978.

GALL, Emanuel Gall. *La radio en el Nuevo Siglo*. Agencia Conosur (DPA). 2001.

GARCÍA, Dulce; Meza, José. *De radio en radio: el escenario radiofónico, en Revista Latina de Comunicación Social*.

GÓMEZ PALACIOS, José Joaquín. *La radio joven*. CCS. Madrid, 1987.

GARDNER, Howard. *Arte, mente y cerebro*. Paidós. Barcelona, 1993.

Gabina, Juanjo. *Conceptos Básicos de Prospectiva*. En Prospectiva y Planificación Territorial. Alfamega-Marcombo. Bogotá, 1999.

GARCÍA, Jimmy. *La radio por dentro y por fuera*. CIESPAL. Quito, 1980.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Las Comunicaciones Desde las Prácticas Sociales*. Universidad Iberoaemericana. México, 1990.

GUTIÉRREZ, Hernán y otros. *Cómo incidir en la opinión pública*. ALER. Quito, 1997.

HAYE, Ricardo. Sobre Radio y Estética. *Una Mirada desde la Filosofía del Arte*. Universidad Nacional de Comahue, Argentina, 2000.

HAUSER, Arnold. *Sociología del arte. 3. Dialéctica de lo estético*. Guadarrama. Barcelona, 1977.

Huergo, Jorge y Equipo. *Comunicación /Educación*. Ámbitos, Prácticas y Perspectivas. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Pcia. De Bs. As., 2001.

Jan Mucarosky . *Escritos de estética y semiótica del arte*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1975.

Jesús Martín Barbero. *Saberes Hoy. Dimensiones, Competencias y Transversalidades* Revista Iberoamericana de Comunicación. 2003.

KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de radio*. CIESPAL. Quito, 1978.

KAPLÚN, Mario. *El comunicador popular*. CIESPAL. Quito, 1985.

KAPLUN, Mario. *Producción Radiofónica*. Siglo XXI. Buenos Aires, 1987.

KEITH, Michael. *Técnicas de producción en radio*. IORTV. Madrid, 1992.

LLEDÓ, Emilio. Palabras e imágenes. Centre d' Investigació de la Comunicació. Barcelona, 1994.

LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. *Radialistas apasionados*. Artes Gráficas Silva. Quito, 1997.

LÓPEZ, José Ignacio. *Manual Urgente para Radioapasionados*. AMARC. Quito, 1991.

LÓPEZ, José Fernando, et. al. *5-4-3-2-1... decisiones*. UNDA-AL. Quito, 1996.

MARTÍ MARTÍ, Josep María. *Modelos de programación radiofónica*. FeedBack Ediciones. Barcelona, 1990.

MATA, María Cristina y SCARAFIA, Silvia. *Lo que dicen las radios*. ALER. Quito, 1993.

MATA, María Cristina. *Como conocer la audiencia de una emisora: los sondeos de audiencia*. ALER. Quito, 1994.

MATA, María Cristina. *Cómo evaluar nuestras prácticas. Cuadernos de Investigación 1*. ALER. Quito 1990.

MATA, María Cristina. *Investigación Radiofónica: de las palabras a los hechos*. UNDA-AL y ALER. Quito,1995.

MARTÍ, Josep María. *Modelos de producción radiofónica*. Feed-Back. Barcelona, 1990.

MERAYO Pérez, Arturo. *Para entender la radio*. U. Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1992.

MIER, Raymundo. *Radiofonías hacia una semiótica itinerante*. Colección ensayos. Universidad Autónoma Metropolitana. México 1987.

MUÑOZ, José Javier y GIL, César. *La radio. Teoría y práctica*. IORTV. Madrid, 1994. pp. 267. Segunda edición.

MUCAROSKY, Jan. *Escritos de estética y semiótica del arte*. Gili. Barcelona, 1975.

NATTIEZ, J. J. *Musicología General y Semiología*. Torino. Torino.1989.

ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús. *Técnicas de comunicación en radio*. Paidós. Barcelona, 1994.

OROZCO, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México, 1997.

PRIETO CASTILLO, Daniel. *La vida cotidiana*. UNDA-AL. Quito, 1994.

PRIETO, Daniel. *Análisis de mensajes*. CIESPAL .Quito, 1988.

PRIETO CASTILLO, Daniel. *La vida cotidiana*. ARTES GRAFICAS SILVA. Quito, 1994.

REY, Juan. *Palabras para vender, palabras para soñar*. PAIDOS Ibérica. 1996.

Revista Stars de LB Chicago, diciembre 1997.

ORTIZ, Miguel Angel y MARCHAMALO, Jesús. *Técnicas de comunicación de radio*. PAIDOS – Ibérica. BARCELONA – ESPAÑA. 1992.

SAUMA, Lucía. *El Secreto de Comunicar por Radio: El Lenguaje Radiofónico*. Voces Unidas, 2000.

SANGUINETI, Susana. *Estética en la comunicación audio. en Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna, 2001.

SERRANO, Manuel. *Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia*. Madrid, 1981.

SÁNCHEZ, Chelo. *Las tertulias de la radio*. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 1994

SCHULBERG, Bob. *Publicidad radiofonica*. McGraw-Hill / Interamericana de México. México. 1992.

TRUFFAUT, F. *El cine según Hitchcock*. Alianza Editorial. Madrid 1995.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidos. Barcelona, 1987.

VV.AA. *Epistemología de la comunicación*. Valencia: Fernando Torres. 1976.

Von Sprecher, Roberto. *Comunicación e Identidad*. JVC Editorial. Córdoba. 1997